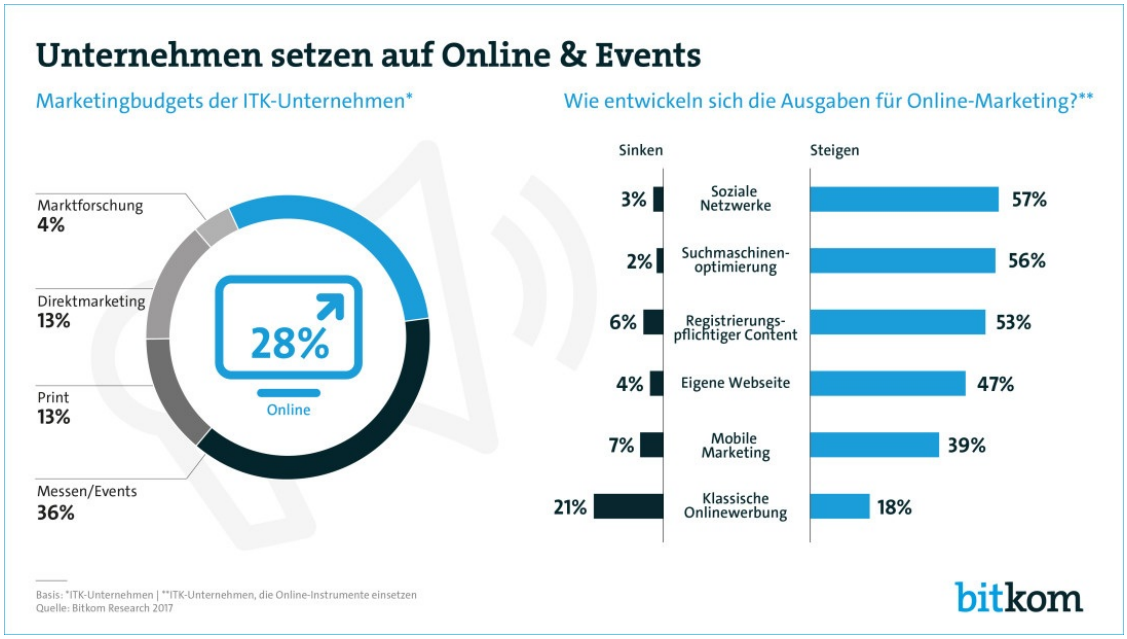
Bitkom e.V. |

Digitalunternehmen werben auf Messen und im Netz

- Mehr als ein Drittel des Marketingbudgets der ITK-Unternehmen geht in Messen
- Ausgaben für Social-Media-Maßnahmen sollen steigen
- Nur zwei von drei Unternehmen überprüfen ihren Marketing-Erfolg



Berlin, 8. August 2017 – Am eigenen Messestand dem Kunden die neue Software-Lösung präsentieren und gleichzeitig die Produkte in den Sozialen Netzwerken anpreisen: IT- und Telekommunikationsunternehmen setzen im Marketing vor allem auf Messen und Events sowie Online-Aktivitäten. Insgesamt wird mehr als ein Drittel des Marketingbudgets in Messestände, Veranstaltungen & Co. (36 Prozent) investiert, 28 Prozent fließen in Online-Maßnahmen. Deutlich dahinter liegen die Ausgaben für Print (13 Prozent) wie Anzeigen, Direktmarketing (13 Prozent) wie Email-Newsletter und Werbeartikel sowie Marktforschung (4 Prozent). Das ist das Ergebnis einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom unter Marketing-Verantwortlichen in der ITK-Branche. „Messen und Veranstaltungen sind in der Digitalbranche weiterhin die wichtigsten Marketingmaßnahmen. “, sagt Bitkom-Geschäftsleiter Christian Kulick. „Und Online bedeutet inzwischen vor allem: Präsenz und Aktivität in sozialen Netzwerken.“ Neun von zehn Unternehmen (91 Prozent) setzen inzwischen auf Social Media, 60 Prozent beschäftigen für diese Zwecke eigene Social-Media-Teams – im Vorjahr lag dieser Wert erst bei 49 Prozent. „Die Beteiligung in sozialen Netzwerken steigert nicht nur die Bekanntheit von Marken und Produkten, auch Nachwuchskräfte können leicht angesprochen werden“, so Kulick.

Auch in Zukunft soll weiter ins Online-Marketing investiert werden. Mehr als die Hälfte der Unternehmen plant, mehr Geld für Soziale Netzwerke (57 Prozent) sowie Suchmaschinenmarketing und -optimierung (56 Prozent) auszugeben. 53 Prozent gaben an, mehr Neukunden über registrierungspflichtigen Content auf ihrer Webseite ansprechen und gewinnen zu wollen. Nur eine Minderheit von 2 bis 6 Prozent will bei diesen Punkten online sparen. Schwerer hat es da schon die klassische Online-Werbung: Nur 18 Prozent der Unternehmen wollen ihre Ausgaben steigern, 21 Prozent wollen sie dagegen reduzieren.

Für Messen und Veranstaltungen zeichnet sich kein einheitliches Bild ab: So plant fast ein Drittel der Digitalunternehmen mehr Geld für Konferenzen und Kundenevents ein (31 Prozent). Nur 9 Prozent wollen bei hauseigenen Veranstaltungen sparen. Jedes fünfte Unternehmen (20 Prozent) rechnet mit höheren Ausgaben für den Messeauftritt. 23 Prozent wollen hier allerdings den Rotstift ansetzen.

Insgesamt haben die befragten Unternehmen im vergangenen Jahr durchschnittlich 4,5 Prozent ihres Gesamtbudgets für das Marketing aufgewendet. Allerdings überprüfen nur zwei Drittel (64 Prozent) überhaupt, ob ihre Marketing-Aktivitäten den gewünschten Erfolg bringen. Jedem vierten Unternehmen (25 Prozent) reicht zudem eine sporadische Erfolgskontrolle, nur 39 Prozent schauen mindestens einmal im Jahr, was das Marketing gebracht hat. Gleichzeitig liegt im Controlling der Maßnahmen aktuell die größte Herausforderung: Sechs von zehn Unternehmen bezeichnen die Erfolgskontrolle von Marketing-Aktivitäten als schwierig (61 Prozent). Ebenfalls als problematisch angesehen werden die steigenden Ausgaben im Bereich Social Media (54 Prozent) sowie Fragen des Datenschutzes (49 Prozent).

Die vollständige Studie finden Sie unter: Marketingbudgets und -maßnahmen in der ITK-Branche

Hinweis zur Methodik: Bitkom Research führt jährlich eine Umfrage zu Marketingbudgets und –maßnahmen in der ITK-Branche durch.

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432
E-Mail: m.kress@bitkom.org

Dr. Florian Bayer
Bereichsleiter Digital Marketing & Vertrieb
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Digitalunternehmen-werben-auf-Messen-und-im-Netz.html***