Bitkom e.V. |

Online-Marketing wird für Digitalunternehmen noch wichtiger

- **Mehr als ein Drittel des Marketingbudgets fließt mittlerweile in Online-Aktivitäten**
- **Der größte Anteil (36 Prozent) wird weiterhin in Messen und Events investiert**



Berlin, 20. November 2019 - Wenn es darum geht, das eigene Unternehmen, die eigenen Produkte und Leistungen bekannt zu machen, nehmen immer mehr Digitalunternehmen Geld für Online-Aktivitäten in die Hand: 35 Prozent des Marketingbudgets von IT- und Telekommunikationsunternehmen werden mittlerweile in diesen Bereich investiert. Damit liegt das Online-Marketing nur noch knapp hinter Messen und Events, in die 36 Prozent der Marketingbudgets fließt. Das ist das Ergebnis einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom unter Marketing-Verantwortlichen in der ITK-Branche. Demnach liegen diese beiden Bereiche weit vor anderen Kommunikationsinstrumenten: 11 Prozent des Budgets werden in das Direktmarketing etwa per Newsletter oder Telefon investiert, die Ausgaben für Print liegen bei 10 Prozent und die für Marktforschung bei 3 Prozent. „Online-Aktivitäten haben beim Marketing in der Digitalbranche einen noch größeren Stellenwert eingenommen. Die Kommunikation insbesondere im Social-Media-Bereich wird weiter professionalisiert und intensiviert – viele Unternehmen sind bereit, dafür einen wachsenden Teil ihres Marketingbudgets auszugeben“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder.

So betreiben fast alle der befragten Unternehmen (97 Prozent) eine Unternehmenswebsite oder einen Webshop. 93 Prozent sind in sozialen Medien wie Facebook, Twitter oder Linkedin aktiv. 81 Prozent betreiben Suchmaschinenoptimierung (SEO) oder Suchmaschinenmarketing (SEA). 59 Prozent der ITK-Unternehmen generieren ihre Leads über registrierungspflichtige Inhalte. Insbesondere von ihrem Social-Media-Auftritt versprechen sich die Befragten Wirkung: 84 Prozent wollen sich oder ihr Unternehmen als Experte positionieren, 80 Prozent ihre Bekanntheit steigern und 76 Prozent neue Kunden gewinnen. Doch auch der Eindruck auf künftige Mitarbeiter zählt: 68 Prozent der Befragten wollen über ihre Social-Media-Präsenz mögliche Bewerber auf ihr Unternehmen aufmerksam machen. „Gerade im ITK-Bereich mangelt es an Fachkräften. Umso wichtiger ist es, dass die Unternehmen bei ihrer Suche dort hingehen, wo die jungen, gut ausgebildeten Menschen sind: in die verschiedenen sozialen Netzwerke“, so Rohleder.

Im Bereich Print setzen 84 Prozent auf Fachbeiträge bzw. klassische PR, 71 Prozent auf Broschüren, 53 Prozent auf Anzeigen und jedes zweite Unternehmen (50 Prozent) auf sogenannte Advertorials.

Insgesamt wenden die Unternehmen der ITK-Branche im Jahr 2019 4,4 Prozent ihres Gesamtbudgets für das Marketing auf.

- Die vollständige Studie finden Sie unter: https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Marketingbudgets-massnahmen-ITK-Branche-2019

Hinweis zur Methodik: Bitkom Research führt jährlich eine Umfrage zu Marketingbudgets und -maßnahmen in der ITK-Branche durch. Die Umfrage wurde in diesem Jahr unterstützt von den Unternehmen divia, GFT Technologies SE und Uniserv.

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/Online-Marketing-wird-fuer-Digitalunternehmen-noch-wichtiger***