

Austrian Internet Monitor-Business: Online-Werbung auf Aufholkurs

Über den Stellenwert des Internets in österreichischen Unternehmen herrschen kaum Zweifel: 87% verfügen über Zugang zum World Wide Web. Innerhalb der Bevölkerung sind 70% online. Gemessen an diesen Zahlen wurde das Internet bislang nur sehr zurückhaltend als Werbemedium eingesetzt. Doch die Aufholjagd der Online-Werbung hat bereits begonnen. Der Austrian Internet Monitor Business beobachtet diese Entwicklung im Detail.

Die Hälfte der österreichischen Unternehmen präsentiert sich über eine Website im Internet. Während der Anteil der Unternehmen mit Online-Auftritt kaum Zuwächse verzeichnet, ist eine zunehmend intensivere Nutzung der bereits bestehenden Websites für Werbezwecke zu beobachten. Man entdeckt zusehends das Potenzial, das die eigene Homepage für Werbezwecke birgt. Insbesondere Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung erfreuen sich steigender Beliebtheit: wurde diese Art der Werbung vor einem Jahr nur von 7% aller Unternehmen eingesetzt, ist die Nutzung in der Zwischenzeit um 50% gestiegen.

Auch direkte E-Mail-Werbung an registrierte Nutzer bzw. Kunden hat im Vergleichszeitraum zugelegt, während klassische Offline-Werbung leicht rückläufig ist. Web 2.0-Plattformen werden als Werbeträger gerade entdeckt und sind in den letzten 12 Monaten von 0 auf 3% gewachsen.

Im Wesentlichen wird Online-Werbung durch Unternehmen ab 20 Mitarbeiter getragen, und besonders aktiv sind Handel, Dienstleistung und Gastronomie. Nach Regionen betrachtet haben die Westösterreicher die Nase vorne.

Allen Konjunkturprognosen zum Trotz sind auch die künftigen Nutzungsabsichten sehr ambitioniert. So äußert mehr als ein Viertel der Unternehmen mit Internet-Auftritt die Absicht, in einem Jahr mehr Werbung im Internet machen zu wollen.

Von Konsumentenseite werden die zunehmenden Werbeaktivitäten durchaus wahrgenommen, wie auch der Austrian Internet Monitor Consumer belegt. Eine kritischere Haltung innerhalb der Bevölkerung zeichnet sich ab, etwa wird immer mehr Werbung im Internet wahrgenommen und das Störpotenzial steigt leicht an. Von Seiten der Werbetreibenden ist also Kreativität gefragt, um die Akzeptanz und Werbewirkung ihrer Online-Werbeaktivitäten zu maximieren.

Diese und weitere Informationen finden sich in der aktuellen Ausgabe des Austrian Internet Monitor-Business (AIM-B). Der AIM-Business wird seit April 2000 vom Markt- und Meinungsforschungsinstitut INTEGRAL in halbjährlichen Abständen repräsentativ für die österreichischen Unternehmen durchgeführt. Die Stichprobe beträgt 1.500 Interviews im Jahr bzw. 750 Interviews pro Welle. Der AIM-Business ist die österreichische Grundlagenstudie zu IT und Telekommunikation im Unternehmensbereich und liefert grundlegende Unternehmensdaten zur Telekommunikations-Ausstattung im Allgemeinen und Internetnutzung im Speziellen.

Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- u. Meinungsforschung, zur Verfügung.

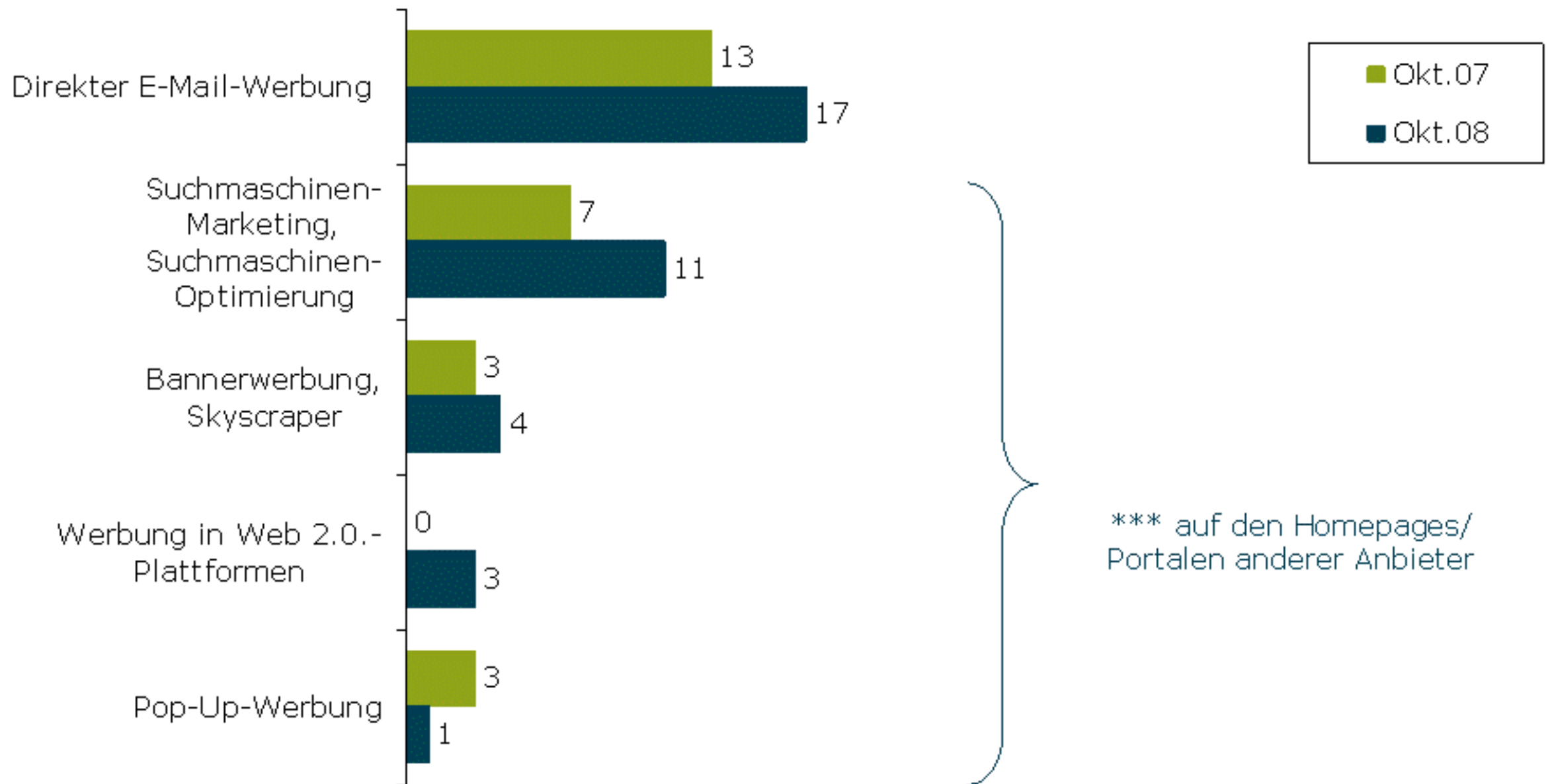
www.integral.co.at; *Anfragen an aim@integral.co.at , Tel.Nr.: +43-(0)1-799 19 94*

Werbeaktivitäten

Abgesehen von Ihrer Homepage: Betreiben Sie derzeit Werbung für Ihre Produkte und Dienstleistungen im Internet auf den Homepages/Portalen anderer Anbieter, und zwar ...?
Und betreiben Sie auch Werbung für Ihre Produkte und Dienstleistungen in Form von...?

Frage
43/44

Basis: Alle Unternehmen



Angaben in Prozent (%)