

## Pressemitteilung

### Neo@Ogilvy veröffentlicht 3-Länder-Studie über digitales Marketing

#### „DMC 8“ - Digital Marketing Compass 8 befragt Marketing-Entscheider in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Düsseldorf, 11.05.2010

Neo@Ogilvy Düsseldorf hat die achte Ausgabe der Studienreihe "Digital Marketing Compass" veröffentlicht. Im Gegensatz zu der vor ca. einem Jahr erschienenen 14-Länder-Studie von Neo@Ogilvy konzentriert sich der Digital Marketing Compass 8 auf den deutschsprachigen Raum. Für die Studie wurden Marketing- und Media-Entscheider in Deutschland, Österreich und der Schweiz über den Status quo ihrer Investments, zukünftige Budget-Planung und ihre Einstellungen zu Online-Marketing befragt. Da überwiegend mit einem identischen Fragenkatalog wie bei der Vorgänger-Studie gearbeitet wurde, gibt der Digital Marketing Compass 8 einen interessanten Einblick in die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Marketingplanung.

#### Mehr Investitionen in Online-Marketing

Im Hinblick auf die Investitionen in Online-Marketing sind die Einwirkungen sehr gering. Vier von fünf Befragten gaben sogar an, ihr Unternehmen hätte 2009 gegenüber dem Vorjahr mehr investiert, lediglich 5% antworteten, die Investitionen verringert zu haben. Für einen Großteil der Entscheider sehen die Erwartungen noch positiver aus.

Insgesamt gewinnt Online-Marketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz weiter an Bedeutung. So sind etwa alle Befragten der Überzeugung, dass sich der Kommunikationsmix aufgrund veränderten Medien-Konsums weiter wandeln wird. Bei den klassischen Medien - mit Ausnahme von TV und Außenwerbung - wird ein mehr oder minder starker Bedeutungsrückgang erwartet.

#### Markenwerbung hat aufgeholt

Bemerkenswert ist der hohe Anteil von Branding-Kampagnen in allen drei Ländern. Er betrug 2009 zwischen 38 % in Österreich und 45 % in Deutschland. Im Gegensatz zu den Befragten in Deutschland und Österreich planen Schweizer Entscheider allerdings, den Anteil der Branding-Kampagnen in 2010 etwas zu verringern. Stefan Längin, Geschäftsführer von Neo@Ogilvy/Planetactive, sieht die Entwicklung ausgesprochen positiv: „Immer mehr Unternehmen erkennen, dass sie in den digitalen Medien sowohl quantitative wie auch qualitative Marketingziele höchst effizient erreichen können. In Zukunft wird das digitale Marketing einen immer größeren Anteil an den lukrativen Budgets für die Markenwerbung beanspruchen“, prognostiziert Stefan Längin.

Bei der vergleichenden Betrachtung der Marketing-Investitionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz lassen sich bei allen Gemeinsamkeiten auch deutliche Unterschiede ausmachen. Deutschland hat 2009 mit 19% am meisten von allen drei Ländern in Online-Marketing investiert, hatte aber auch mit 50% den größten Anteil an klassischer Werbung. Die Schweiz liegt in etwa gleichauf, während Österreich etwas weniger im klassischen Bereich und dafür stärker in PR investierte.

#### Deutschland bei SEM/SEO vorn

Auch bei der Frage nach den verwendeten digitalen Kanälen unterscheiden sich die Befragten länderspezifisch. Gemein ist allen aber eine verstärkte Hinwendung zu Social Media und anderen neueren Kanälen wie bspw. IPTV, Podcasts und Mobile Marketing. In Deutschland sind Suchmaschinenaktivitäten (SEM und SEO) wesentlich ausgeprägter als in Österreich und der Schweiz. E-Mail-Marketing mit Fremdadressen wird in Deutschland als abnehmender Faktor gesehen. In Österreich spielt dagegen E-Mail-Marketing eine wesentlich größere Rolle, während SEM/SEO zur Zeit noch weniger wichtig erscheinen.

Online-Media wird insgesamt Flexibilität und Effizienz bescheinigt. Der Digital Marketing Compass 8 zeigt, dass der Trend zu größeren Investitionen in Online-Marketing ungebrochen ist. Besondere Aufmerksamkeit finden bei den Befragten die Möglichkeiten der Social Media. Hier ist in allen drei Märkten mit einer deutlich stärkeren Nutzung in 2010 zu rechnen.

Weitere Informationen für die Redaktion:

Neo@Ogilvy Germany

Dirk Schmidt

Plange Mühle 1

40221 Düsseldorf

fon: +49 211 5404-0

email: dirk.schmidt@ogilvy.com

Neo@Ogilvy Germany

www.neoogilvy.de  
fon +49 211 5404-0  
fax +49 211 5404-181

Geschäftsführer:  
Stefan Längin  
Simone Alberts

Amtsgericht Düsseldorf  
HRB 57 140

Planetactive GmbH  
Plange Mühle 1  
40221 Düsseldorf

BHF Bank AG  
BLZ 500 202 00  
Konto 0210 30

## Über Neo@Ogilvy

Neo@Ogilvy ist das globale Digital und Direct Media Network von Ogilvy. Die Agentur verfügt zur Zeit über mehr als 700 Mitarbeiter in 39 Büros in 33 Ländern. Neo@Ogilvy managed für internationale Kunden Investments in den Bereichen digitale Werbung und Direktmarketing, Digital und Direct TV, 360-Grad-Mediaplanung, Direct Response Print und Email, Email-Marketing, Suchmaschinenmarketing sowie neue Formen des digitalen Marketings z.B. in Weblogs und vLogs. Zu den Kunden zählen Blue-Chip Unternehmen wie IBM, American Express, Lenovo, Cisco, TD Ameritrade, Kodak, und Yahoo.