

# Online-Marketing Trends nach Unternehmensgröße

**Banner und Suchwortanzeigen gehören für Großunternehmen zum Standard, nicht aber für viele kleinere Firmen.**

Obwohl Mobile Marketing oft als neuer Trend angeführt wird, hat es in der Praxis fast keine Bedeutung. Von zwölf wichtigsten Online-Marketing-Themen bildet es das Schlusslicht. Dies ergab eine vom Dienstleisterverzeichnis marketing-BÖRSE durchgeführte Anwenderbefragung.

Top-Themen sind derzeit Suchmaschinenoptimierung (SEO), Web-Controlling, Usability und E-Mail-Marketing. Über 86 Prozent der 646 befragten Unternehmen nutzen diese Techniken. Der Einsatz scheint sich zu lohnen: Über zwei Drittel sind zufrieden damit. Davon profitieren überwiegend Agenturen, die für solche Aufgaben üblicherweise eingesetzt werden.

Klassische Online-Werbung wächst laut aktueller Zahlen des Bundesverbandes digitale Wirtschaft um 84 Prozent. Hier muss jedoch nach der Unternehmensgröße differenziert werden. Während über 81 Prozent der Großunternehmen in Banner- und Suchwortanzeigen investieren, sind dies bei kleinen Firmen nur etwa vierzig Prozent. Quer über alle Unternehmensgrößen verschiebt sich jedoch der Schwerpunkt von Bannern hin zu Suchwortanzeigen.

## **Folgende 12 Themen wurden in der Befragung untersucht:**

Usability - Nutzerführung und Inhalte auf der Homepage verbessern

Suchmaschinenoptimierung - in Trefferlisten weiter oben erscheinen

Web-Controlling - Auswertung der Klicks auf Homepage und Newsletter

E-Mail-Marketing - E-Mailings und Newsletter

Nutzergenerierte Inhalte - Kundenkommentare, Themenforen und Diskussionsmöglichkeiten auf der eigenen Homepage

Web 2.0-Technik - Technische Werkzeuge wie z.B. AJAX oder RSS

Web 2.0-Portale - Engagement auf großen Web 2.0-Portalen

Blogs - Das Betreiben eines eigenen Weblogs

Suchwortanzeigen - Schalten von Suchwortanzeigen (z.B. Google-Adwords)

Werbebanner - Schaltung von Werbebannern

Affiliate Marketing - Partnernetzwerke mit denen erfolgsabhängig abgerechnet wird

Mobile Marketing - Alle Aspekte der mobilen Ansprache von Kunden und Interessenten

<b>Unternehmen gesamt</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen und ihre Aktivitäten verstärken</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen und ihre Aktivitäten zurückfahren</b>
<b>Topthemen</b>			
Usability	92,1%	73,1%	2,1%
Suchmaschinenoptimierung	88,2%	65,2%	1,3%
Web-Controlling	86,2%	63,0%	1,8%
E-Mail-Marketing	87,8%	61,4%	2,7%
<b>Web 2.0</b>			
Nutzergenerierte Inhalte	54,3%	55,8%	2,9%
Web 2.0-Technik	47,2%	51,7%	5,0%
Web 2.0-Portale	40,6%	44,7%	6,8%
Eigener Weblog	35,8%	57,1%	5,5%
<b>Klassische Online-Werbung</b>			
Suchwortanzeigen	67,3%	49,1%	4,1%
Werbepbanner	60,2%	36,6%	23,5%
Affiliate Marketing	32,7%	45,3%	6,6%
Mobile Marketing	31,1%	32,9%	5,1%

<b>Unternehmen bis 10 Mitarbeiter</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen und ihre Aktivitäten verstärken</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen und ihre Aktivitäten zurückfahren</b>
<b>Topthemen</b>			
Usability	93,1%	70,5%	4,1%
Suchmaschinenoptimierung	88,5%	63,8%	0,9%
Web-Controlling	83,2%	57,8%	1,8%
E-Mail-Marketing	87,8%	61,7%	4,3%
<b>Web 2.0</b>			
Nutzergenerierte Inhalte	55,7%	58,9%	2,7%
Web 2.0-Technik	50,4%	56,1%	6,1%
Web 2.0-Portale	45,0%	50,8%	8,5%
Eigener Weblog	42,0%	65,5%	3,6%
<b>Klassische Online-Werbung</b>			
Suchwortanzeigen	66,4%	44,8%	6,9%
Werbepbanner	52,7%	38,2%	29,4%
Affiliate Marketing	54,2%	55,2%	7,5%
Mobile Marketing	32,8%	41,9%	7,0%

<b>Unternehmen mit 10 bis 500 Mitarbeiter</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen und ihre Aktivitäten verstärken</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen und ihre Aktivitäten zurückfahren</b>
<b>Topthemen</b>			
Usability	88,8%	67,9%	2,9%
Suchmaschinenoptimierung	83,6%	63,6%	1,6%
Web-Controlling	85,5%	60,2%	3,8%
E-Mail-Marketing	86,2%	56,4%	1,5%
<b>Web 2.0</b>			
Nutzergenerierte Inhalte	52,0%	53,8%	3,8%
Web 2.0-Technik	48,0%	56,3%	4,2%
Web 2.0-Portale	40,1%	43,3%	10,0%
Eigener Weblog	32,9%	52,0%	10,0%
<b>Klassische Online-Werbung</b>			
Suchwortanzeigen	67,8%	50,5%	5,7%
Werbepbanner	61,8%	40,4%	17,0%
Affiliate Marketing	52,6%	47,5%	6,3%
Mobile Marketing	31,6%	37,5%	6,3%

<b>Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeiter</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen und ihre Aktivitäten verstärken</b>	<b>Anteil der Unternehmen, die die Technik einsetzen und ihre Aktivitäten zurückfahren</b>
<b>Topthemen</b>			
Usability	97,9%	71,7%	6,5%
Suchmaschinenoptimierung	91,5%	65,1%	7,0%
Web-Controlling	95,7%	66,7%	2,2%
E-Mail-Marketing	93,6%	65,9%	4,5%
<b>Web 2.0</b>			
Nutzergenerierte Inhalte	46,8%	59,1%	9,1%
Web 2.0-Technik	44,7%	57,1%	9,5%
Web 2.0-Portale	42,6%	45,0%	15,0%
Eigener Weblog	38,3%	61,1%	11,1%
<b>Klassische Online-Werbung</b>			
Suchwortanzeigen	87,2%	51,2%	7,3%
Werbepbanner	80,9%	39,5%	23,7%
Affiliate Marketing	55,3%	46,2%	11,5%
Mobile Marketing	34,0%	50,0%	6,3%

Autor:

Torsten Schwarz  
marketing-BÖRSE GmbH  
Melanchthonstr. 5  
68753 Waghäusel