

Um den Überblick nicht zu verlieren

Online-Werbung wird immer effektiver. Doch bei dem großen Angebot an digitalen Möglichkeiten ist die Frage nach dem „Wo soll ich werben?“ nicht immer ganz einfach zu beantworten. Neue Werbe-Kanäle und unübersichtliche Angebote überfordern mitunter die Unternehmen. Hier gilt es, den Überblick nicht zu verlieren.

Traditionell bringen die von Zenith veröffentlichten „Advertising Expenditure Forecasts“ am Jahresende Licht ins Dunkel der Verteilung des AD-Spendings. Seit Jahren berichten die Marktforscher immer wieder von deutlichen Steigerungen des Online-Werbemarktanteils und über dessen detaillierte Verteilung. Für die Studie werden die Online-Werbeinvestitionen und die erzielte Brand-Experience zahlreicher weltweiter Unternehmen verglichen. Das jüngste Ergebnis ist eindeutig, wobei die Zahlen auch in Südti-



TRENDS – FAKTEN – NEUHEITEN

So funktioniert digitales Marketing

Alex Mayr ist Leiter der Digitalen Werbeagentur Südtirol Online Marketing

rol nicht unterschätzt werden sollten.

Google und Facebook dominieren

Die Zenith-Studie kommt zum Schluss, dass der Online-Werbemarkt alles andere als gut verteilt ist. So haben zwischen 2014 und 2016 5 digitale Plattformen (Google und Facebook sowie die chinesischen Plattformen Baidu, Alibaba und Tencent) ihren Anteil an der weltweiten Online-Werbung von 61 auf 72 Prozent erhöht. Zudem zeigte sich, dass Google und Facebook insgesamt 76 Prozent des weltweiten Online-Werbemarktes bedienen. Das entspricht 83 Prozent des Wach-

tums der digitalen Werbung in diesem Zeitraum.

Und was passiert in Südtirol?

Und was bedeutet das für Unternehmen in Südtirol? Nun, grundsätzlich lässt sich daraus ableiten, dass kein Unternehmen, das sich im überregionalen Onlinemarkt etablieren möchte, an den zwei Giganten Google und Facebook vorbeikommt! Und was lokal im Tourismusbereich schon lange die Regel ist, kommt jetzt auch bei KMUs überall auf die To-do-Liste.

Klar, in Südtirol sieht die Verteilung der Werbeausgaben anders aus, denn wir nutzen unsere ei-

genen Kanäle, die auch gut funktionieren. Trotzdem steigt auch bei unseren Kunden die Nachfrage nach Google- und Facebook-Produkten deutlich an. Denn die Südtiroler Unternehmen haben verstanden, dass die Werbung immer den Zielgruppen folgt. Und die tummeln sich nun mal auch in Innichen, Sterzing oder Mals auf den Plattformen der beiden Giganten.

Eine gute Aufteilung des Werbe-Budgets zwischen den lokalen und internationalen Plattformen ist daher für die Südtiroler Unternehmen wichtiger denn je, um den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden.

© Alle Rechte vorbehalten

@ alex.mayr@suedtirolonline.com



Seit Jahren berichten die Experten über deutliche Steigerungen im Online-Werbemarktanteil. Dabei ist es wichtig, den Überblick nicht zu verlieren und herauszufinden, welche Kanäle die besten Früchte tragen.

Shutterstock