

Presseinformation

Werbung auf absteigendem Ast

- **Zu teuer, zu wenig Wirkung: Topmanager sehen Werbung kritisch**

Topmanager: Mehr als 60% sehen Relevanz von Marketing und Pressearbeit steigen.

Hamburg, den 16. Mai 2013 – Marketing und Pressearbeit holen gegenüber der Werbung auf: 69 Prozent der Topentscheider aus deutschen Unternehmen sehen eine wachsende Bedeutung des Marketings in den nächsten drei Jahren. In der Pressearbeit sind es 61 Prozent, in der Werbung hingegen nur bescheidene 28 Prozent. Mehr als jeder fünfte erwartet sogar, dass die Bedeutung der Werbung für sein Unternehmen sinkt. Das sind Ergebnisse der Studie „Werbung verliert, Marketing erodiert, PR gewinnt“ des Faktenkontors mit dem WELT-Entscheiderpanel.

Werbung kommt nicht bei Zielgruppen an

Die Topmanager in Deutschland sehen die Wirkung der Werbung in ihren Zielgruppen skeptisch. Aus ihrer Sicht ist die Pressearbeit am besten geeignet, um Mitarbeiter, Finanzmarkt und wichtige Multiplikatoren zu erreichen und zu beeinflussen. Bei der Kundenansprache sehen sie das Marketing vorn.

Budgeteffizienz: Marketing und Pressearbeit vorn.

Kaum Vertrauen mehr in die Wirkung der Werbung, dafür aber hohe Kosten: Kein Wunder, dass die Entscheider auch die Budgeteffizienz der Werbung kritisch sehen. Nicht mal einer von fünf Befragten bewertet die Werbung in diesem Aspekt als führend in den drei Kommunikationsdisziplinen. Dem Marketing billigen hingegen 39 Prozent der Befragten die höchste Budgeteffizienz zu, der Pressearbeit ein Drittel von ihnen.

Studiengrundlage: DIE WELT Entscheiderpanel

Für die Studie „**Werbung verliert, Marketing erodiert, PR gewinnt**“ wurden 184 Entscheider aus der deutschen Wirtschaft im Auftrag des Faktenkontors zu Status und Strategie ihrer Kommunikation in den Bereichen Werbung, Marketing und Pressearbeit befragt. Die Erhebung erfolgte durch eine Online-Panel-Befragung des „DIE WELT“-Entscheiderpanels. Befragungszeitraum war der 14. bis 31. Dezember 2012.

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Weltweit ist die Kundenbetreuung durch die Mitgliedschaft in der internationalen Berater-Plattform ComVort gewährleistet. Als erste Kommunikationsberatung ist das Faktenkontor zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Weitere Informationen finden Sie unter www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de