

Studie: Viele Marken nutzen Online-Netzwerke

Mehr als die Hälfte der 100 deutschen Marken mit den höchsten Werbeausgaben nutzen Online-Netzwerke wie Twitter und Facebook. Dies geht aus einer Studie der Universität Oldenburg und der Werbe- und Onlineagentur Konstruktiv hervor.



Die Deutsche Lufthansa gehört zu den Unternehmen, die auch eigene Blogs für ihre Kunden betreiben.
Quelle: dpa

dpa BERLIN. Mehr als die Hälfte der 100 deutschen Marken mit den höchsten Werbeausgaben nutzen Online-Netzwerke wie Twitter und Facebook. Dies geht aus einer Studie der Universität Oldenburg und der Werbe- und Onlineagentur Konstruktiv hervor.

Einige Unternehmen betreiben auch eigene Blogs für ihre Kunden, beispielsweise Daimler für die Mercedes-Fahrer oder die Deutsche Lufthansa für ihre Fluggäste, sagte Studienleiter Alexander Nicolai bei der Vorstellung am Donnerstag in Berlin.

Der beliebteste Online-Dienst sei Twitter, berichtete Nicolai. 39 Prozent der Marken hätten während der beiden untersuchten Septemberwochen bei dem Kurzmitteilungsdienst "gezwitschert". Den großen Erfolg von Twitter führen die Experten auf den geringen Aufwand zurück, der für die maximal 140 Zeichen langen Nachrichten nötig ist. Mit 37 Prozent liegt die Video-Plattform Youtube auf dem zweiten, Facebook mit 28 Prozent auf dem dritten Platz. Eigene Firmen-Blogs haben nur zwölf der 100 größten Marken. Alle vier Dienste böten nur etwa fünf Prozent der Marken an.

Im Branchenvergleich seien besonders Telekommunikations- und Unterhaltungselektronik-Marken aktiv, sagte Nicolai. Mehr als 80 Prozent von ihnen schrieben Twitter-Einträge, stellten Videos ins Internet oder bearbeiteten Profile des sozialen Netzwerks Facebook. Die Chemieindustrie und die Finanzdienstleister engagierten sich hingegen kaum. Gemessen wurden die Aktivitäten anhand der Zahl von eingestellten Videos, Beiträgen und Nachrichten.