



Jetzt Preisknaller sichern und sparen – nur bis 31.12.09!

Immobilienmarkt | Motormarkt | Stellenmarkt | Abo & Service | SZ-Shop | E-Paper | SZ Tickets | Anzeigen | Weitere Angebote | Wetter

Politik | Wirtschaft | Geld | Kultur | Sport | Leben | Karriere | München | Bayern | Panorama | Auto | Digital | Wissen | Fitness | Reise

Home Newsticker

Newsticker

IQ-TEST

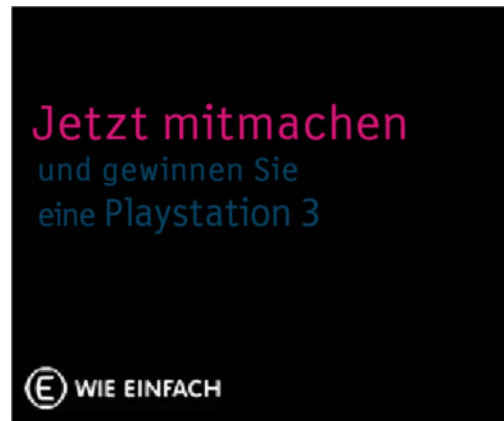
09:58	DGAP-News: SMA Solar Technology AG (deutsch)
09:55	VW zahlt 1,7 Milliarden Euro für Suzuki-Einstieg
09:53	Kabinett tagt zu Auslandseinsätzen
09:51	Experten schätzen Defizit der Krankenkassen
09:46	US-Medien: Uma Thurman löst Verlobung
09:45	VW zahlt 1,7 Milliarden Euro für Einstieg bei Suzuki
09:45	EANS-News: BEKO HOLDING AG veröffentlicht vorläufige Ergebnisse im Rumpfgeschäftsjahr 2009
09:45	Preis für Opec-Öl gesunken

Der große sueddeutsche.de-IQ-Test

Wie schlaue sind Sie? Einsteins lag bei 160, der von Arnold Schwarzenegger beträgt angeblich 135 und Jodie Foster freut sich über einen IQ von 140. Können Sie mithalten? Testen Sie Ihren Intelligenzquotienten - mit Sofortergebnis!

[Jetzt IQ testen](#)

ANZEIGE



**BMW
WAG
SON
ZIER
►JE**

Studie: Viele Marken nutzen Online-Netzwerke



Berlin (dpa) - 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.

© sueddeutsche.de - erschienen am 03.12.2009 um 15:57 Uhr

GOOGLE-ANZEIGEN »

Palliative Care - Wissen

Engagement und Dienstleistungen im Bereich der Palliativversorgung
www.palliativecare.bbraun.de

Haarausfall?

Die Lösung gegen Haarausfall. Für dichtes Haar & schöne Frisuren!
www.dr-hotting.de

VERDIENEN SIE GENUG?



Gehälter-ABC

Wie führt man Gehaltsverhandlungen? Wie und in welchen Jobs Sie noch absahnen können.

ANZEIGE