

Presseinformation

BROADCAST-FUTURE

Deutsche Mediaberater sind aktive Facebook- und XING-Nutzer – auch im B2B-Bereich.

65 Prozent der deutschen Mediaberater sind über XING (85 %) und Facebook (47 %) mit ihren Werbekunden vernetzt. Der Großteil der Mediaberater ist zwar noch mit weniger als einem Viertel seiner Kunden vernetzt, die Tendenz ist jedoch klar steigend.

Die Ergebnisse der Studie "Social Media im Verkaufsalltag" zeigen außerdem, dass Mediaberater und Führungskräfte aus der Rundfunkbranche im Bezug auf Internetaffinität und bei der allgemeinen Nutzung sozialer Netzwerke deutlich über dem gesamtdeutschen Durchschnitt liegen – eine hervorragende Grundlage, um sich den Herausforderungen des sozialen Webs zu stellen und mit neuen Kampagnenformen Kunden zu gewinnen und zu binden.

100 Prozent des Berufsstandes nutzt das Internet (im Vergleich zu 88 Prozent aller Berufstätigen in Deutschland). Diese Nutzung ist völlig geschlechtsneutral und altersübergreifend. Mediaberater greifen zudem überproportional häufig mobil auf das Internet zu (65 Prozent im Gegensatz zu 26 Prozent der deutschen Bevölkerung).

Bei der Frage, welche sozialen Netzwerke Mediaberater momentan hauptsächlich nutzen, gab es zwei klare Favoriten: XING (69 %) und Facebook (62 %) sind die Spitzenreiter. XING wird allerdings hauptsächlich wöchentlich genutzt (82 %) während bei Facebook der tägliche Gebrauch dominiert (92 %).

Die vollständige Ergebnispräsentation gibt es hier:

<http://www.slideshare.net/broadcastfuture/studienergebnisse-social-media-im-verkauf>

Zum Hintergrund der Studie:

Da soziale Medien in der Werbung und deren Vermarktung immer

Kontakt

Presse & Öffentlichkeitsarbeit

Sarah Aini

BROADCAST-FUTURE – Medien- und Rundfunkservice GmbH

Hoppestr. 7 – 93049 Regensburg

Tel.: +49 (0)941 69676-30 – E-Mail: sarah.aini@broadcast-future.de

wichtiger werden, wollte BROADCAST-FUTURE wissen, welche Rolle die neuen Techniken sowie die verschiedenen Social-Media-Plattformen im Verkaufsalltag der Rundfunk-Mediaberater spielen und inwieweit sie bereits den Verkauf beeinflussen.

Im Rahmen eines Praxisseminars wandte sich BROADCAST-FUTURE im Sommer 2011 gemeinsam mit Medienwissenschaftsstudenten der Universität Regensburg an knapp 700 Mediaberater und Führungskräfte aus dem Hörfunk. Der Rücklauf war bemerkenswert: 35 Prozent der Angeschriebenen nahmen an der Online-Befragung teil – ein erstes von vielen Zeichen für die Internet-Affinität der Mediaberater.

Über BROADCAST-FUTURE

Die BROADCAST-FUTURE Medien- und Rundfunkservice GmbH wurde im Jahr 2000 von Peter Fürmetz und Hermann Hohenberger gegründet. Der Branchendienst berichtet seitdem auf www.broadcast-future.de über erfolgreiche Promotions, über Zahlen und Fakten zum Markt der werbetreibenden Wirtschaft und gibt Tipps für den Verkauf von Werbezeiten. Über 1.200 Mediaberater und Marketingexperten nutzen inzwischen regelmäßig das Angebot von BROADCAST-FUTURE.

Zweites Standbein des Regensburger Unternehmens ist das TrainingsNetwork. Dieses bietet ein umfangreiches Seminarangebot für Mediaberater und Medienschaffende. Sämtliche Seminare und Workshops lassen sich auch als Inhouse-Schulung buchen und werden auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmer abgestimmt.

Seit 2010 bietet der Dienstleister außerdem die individuelle Werbekundenbefragung für werbefinanzierte Medienunternehmen an. Mit diesem Tool erkennen Sender ihre Stärken und Schwächen im Verkauf, sehen ihre Ergebnisse im Vergleich zu Mitbewerbern und können langfristig ihren Verkaufserfolg optimieren.

Regensburg, 12. Oktober 2011

Kontakt

Presse & Öffentlichkeitsarbeit

Sarah Aini

BROADCAST-FUTURE – Medien- und Rundfunkservice GmbH

Hoppestr. 7 – 93049 Regensburg

Tel.: +49 (0)941 69676-30 – E-Mail: sarah.aini@broadcast-future.de