



Presse-Information

Bedeutung sozialer Netzwerke für Marketing-Kommunikation wächst

Frankfurt am Main, 9. März 2010. Soziale Netzwerke und Blogs haben eine hohe Bedeutung für die Marketing-Kommunikation in Deutschland. Das sagen 50 Prozent der Mitglieder des Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA im aktuellen GWA Frühjahrsmonitor. 93 Prozent sind darüber hinaus der Meinung, dass die Bedeutung sozialer Medien für die Marketing-Kommunikation weiter zunehmen wird. Social-Media werden aber, so 47 Prozent der GWA Agenturen, lediglich die bereits vorhandenen Kommunikationsmöglichkeiten ergänzen.

Drei Viertel der befragten Werbe- und Kommunikationsagenturen haben für ihre Kunden bereits Social-Media-Projekte realisiert. 82 Prozent sind der Meinung, dass solche Projekte als Teil der Markenführung in Agenturverantwortung liegen müssten.

Ebenfalls 82 Prozent nutzen soziale Netzwerke und Blogs bereits selbst als Kommunikationsinstrumente. Vier von fünf Agenturen sind in den Netzwerken Facebook und Xing aktiv, fast zwei Drittel bei Twitter und mehr als die Hälfte bei youtube. Mehr als ein Drittel der befragten Agenturen aktualisiert seine Profile mindestens einmal pro Woche.

Hauptsächlich nutzen die Agenturen soziale Netzwerke als Recruiting- und PR-Instrument. Aber auch bei der internen Kommunikation und beim Neukundengeschäft spielen sie eine Rolle.

Der GWA Monitor ist eine halbjährlich stattfindende Befragung der Geschäftsführer führender deutscher Werbe- und Kommunikationsagenturen. Durch ihn werden Geschäfts-, Kosten- und Rendite-Entwicklung der Agenturen und der Branche sowie Sonderthemen abgefragt. Die Ergebnisse können für die Werbebranche als repräsentativ gelten: Der GWA deckt über 80 Prozent des relevanten Agenturmarktes ab.

Weitere Informationen und alle Charts unter www.gwa.de > Themen und Wissen > GWA Monitore

Presse-Kontakt: Mirco Hecker
Tel.: 069-256008-31
E-Mail: mirco.hecker@gwa.de