

BVDW: Trend in Prozent

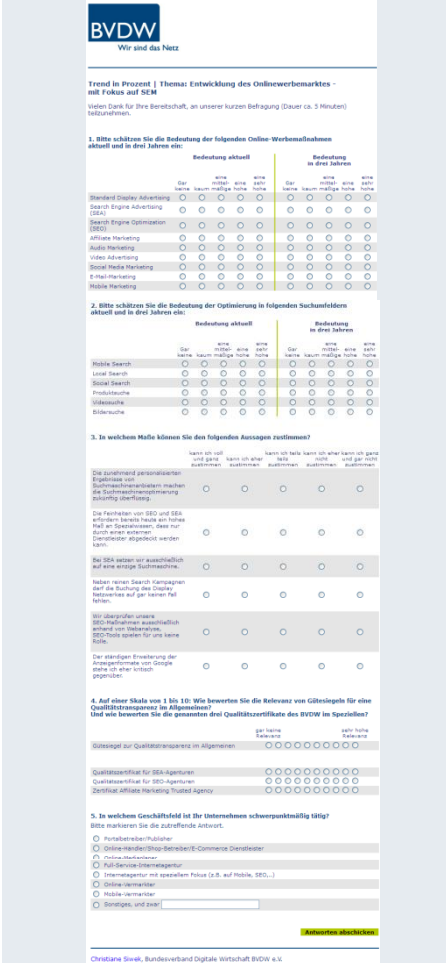
Trends und Themen der digitalen Wirtschaft 2013

BVDW Trend in Prozent



- ➔ Die Befragung „BVDW Trend in Prozent“ findet einmal im Quartal zu Themen rund um die digitale Wirtschaft statt.
- ➔ Die einzelnen Fachgruppen und Arbeitskreise des BVDW bringen sich bei Themenfindung und Fragensauswahl ein.
- ➔ Der Erhebungszeitraum ist begrenzt: ein bis zwei Wochen.
- ➔ Aufgerufen zur Teilnahme sind alle BVDW Mitglieder sowie Besucher der BVDW Website, BVDW Followers bei Twitter und Empfänger des Newsletters.

Unsere Fragen...



BVDW
Wir sind das Netz

Trend in Prozent | Thema: Entwicklung des Online-Werbemarktes - mit Fokus auf SEM
Ihnen dank für Ihre Bereitschaft, an unserer kurzen Befragung (Dauer ca. 5 Minuten) teilzunehmen.

1. Bitte schätzen Sie die Bedeutung der folgenden Online-Werbemaßnahmen aktuell und in drei Jahren ein:

	Bedeutung aktuell			Bedeutung in drei Jahren		
	gar nicht	wenig	sehr wichtig	gar nicht	wenig	sehr wichtig
Standard Display Advertising (DPA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Search Engine Optimization (SEO)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Affiliate Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radio Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video Advertising	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Media Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-Mail Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mobile Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Bitte schätzen Sie die Bedeutung der Optimierung in folgenden Suchmaschinen aktuell und in drei Jahren ein:

	Bedeutung aktuell			Bedeutung in drei Jahren		
	gar nicht	wenig	sehr wichtig	gar nicht	wenig	sehr wichtig
Mobile Search	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Local Search	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visual Search	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profilansicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videosuche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bildersuche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. In welchem Maße können Sie den folgenden Aussagen zustimmen?

	keinesfalls	keine	keine	keine	keine	keine	keine	keine	keine
	zustimmen	zustimmen	zustimmen	zustimmen	zustimmen	zustimmen	zustimmen	zustimmen	zustimmen
Die zunehmend personalisierten Ergebnisse von Suchmaschinenanbietern machen die Suchmaschinenoptimierung zukünftig überflüssig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Funktionen von SEO und SEA unterstützen bereits heute ein höheres Maß an Transparenz, das nur durch einige weitere Datenpunkte ergänzt werden kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei SEA werden vorwiegend auf eine einzige Suchmaschine.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wird neben Search Campaigns auf die Suchung des Content-Netzwerkes auf gar keinen Fall Wert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wir überprüfen unsere SEO/SEA-Maßnahmen ausschließlich anhand von Web Analytics, SEO-Tools oder für uns keine Rolle.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der steigende Einfluß der Imageformate von Google stellt sich eher positiv gegenüber.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Auf einer Skala von 1 bis 10: Wie bewerten Sie die Relevanz von Gütesiegeln für eine Qualitätsmessung im Allgemeinen? Wie bewerten Sie die genannten drei Qualitätszertifikate des BVDW in Spezialen?

	gar keine	sehr hohe
	Bedeutung	Bedeutung
Gütesiegel zur Qualitätsmessung im Allgemeinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualitätszertifikat für SEA-Agenturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualitätszertifikat für SEO-Agenturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zertifikat Affiliate Marketing Trusted Agency	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. In welchem Geschäftsfeld ist Ihr Unternehmen schwerpunktmäßig tätig?
Bitte markieren Sie die zutreffende Antwort.

Bitte markieren Sie die zutreffende Antwort:

- Full-Service-Provider
- Online-Marketing/Display/Behavioral/Commerce-Optimierung
- Content-Marketing
- Mail/Display/Retargeting
- Internetagentur mit speziellem Fokus (z.B. auf Mobile, SEO, ...)
- Online-Vermarkter
- Mobile-Vermarkter
- Sonstiges, und zwar: _____

Abschicken

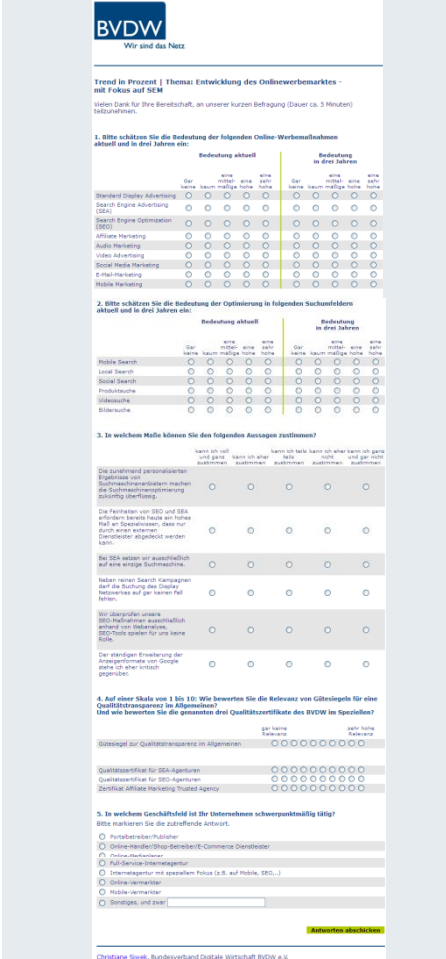
Christiane Sieck, Bundesverband Digitale Wirtschaft BVDW e.V.

➔ Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

- Die Gewährleistung einer Mindestqualität beim Datentransport muss, im Sinne der Netzneutralität, ohne Diskriminierung der durchgeleiteten Inhalte erfolgen.
- Die Gründung von Start-Ups in der digitalen Wirtschaft ist in Deutschland schwer.
- Der Entwurf der EU-Kommission zur Datenschutzgrundverordnung wird mein Unternehmen vor große Herausforderungen stellen.
- Online-Bewegtbildwerbung erreicht zunehmend das Aufmerksamkeitspotenzial von TV-Werbung.
- Die starke Aufmerksamkeit der Nutzer im Social Web zu erreichen wird zunehmend schwerer.
- Die Schaffung von device-übergreifenden Messtools und effizienter Werbeauslieferung ist zentrales Thema in 2013.
- Audioplattformen und Streamingdienste müssen klare Wirkungsnachweise bringen, um sich weiter am Markt zu etablieren.
- Das Leistungsschutzrecht für Verlage hat schädliche Auswirkungen, wenn Suchmaschinen Presseerzeugnisse nicht mehr ungefragt verlinken dürfen.

➔ Welche Themen werden 2013 bedeutenden Einfluss auf die digitale Wirtschaft ausüben?

Ihre Antworten – kurz und knapp



BVDW
Wir sind das Netz

Trend in Prozent | Thema: Entwicklung des Online-Werbenennarktes mit Fokus auf SEM
Vielen Dank für Ihre Bereitschaft, an unserer kurzen Befragung (Dauer ca. 5 Minuten) teilzunehmen.

1. Bitte schätzen Sie die Bedeutung der folgenden Online-Werbenennennungen aktuell und in drei Jahren ein.

	Bedeutung aktuell			Bedeutung in drei Jahren		
	gar keine	wenig	sehr wichtig	gar keine	wenig	sehr wichtig
Standard Display Advertising (DPA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Search Engine Advertising (SEA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Search Engine Optimization (SEO)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Affiliate Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Audio-Advertising	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video-Advertising	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Media Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-Mail-Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mobile Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Bitte schätzen Sie die Bedeutung der Optimierung in folgenden Suchmaschinen aktuell und in drei Jahren ein.

	Bedeutung aktuell			Bedeutung in drei Jahren		
	gar keine	wenig	sehr wichtig	gar keine	wenig	sehr wichtig
Mobile Search	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Local Search	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Search	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktreife	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video-Search	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Business	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. In welchem Maße können Sie den folgenden Aussagen zustimmen?

	keine	einige	keine	keine	keine	keine
	ich stimme nicht zu	ich stimme nicht zu	ich stimme nicht zu	ich stimme nicht zu	ich stimme nicht zu	ich stimme nicht zu
Die zunehmende Personalisierung von Suchmaschinen-Resultaten macht die Suchmaschinenoptimierung zukünftig überflüssig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Merkmale von SEO und SEA verändern bereits heute ein hohes Maß an Unternehmen, das nur durch einen externen Dienstleister abgedeckt werden kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die SEA werden sich ausschließlich auf eine stetige Suchmaschinen haben werden Search Kampagnen auf die Suchung des Display Marketinges auf gar keinen Fall ändern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wir überprüfen unsere SEO-Systeme ausschließlich anhand von Webinars, SEO-Seminaren für uns keine Rolle.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die steigende Forderung der Anzeigenkunden von Google bleibt für eine Zeitlang gegenüber.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Auf einer Skala von 1 bis 10: Wie bewerten Sie die Relevanz von Gütegelehr für eine Qualitätstransparenz im Allgemeinen? Und wie bewerten Sie die gesamten drei Qualitätssertifikate des BVDW in Sperrleiten?

	gar keine	keine
	Evidenz	Evidenz
Gütesiegel zur Qualitätstransparenz im Allgemeinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualitätssertifikat für SEA-Agenturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualitätssertifikat für SEO-Agenturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zertifikat Affiliate Marketing Trusted Agency	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. In welchem Geschäftsfeld ist Ihr Unternehmen schwerpunktmäßig tätig?
Bitte markieren Sie die zutreffende Antwort.

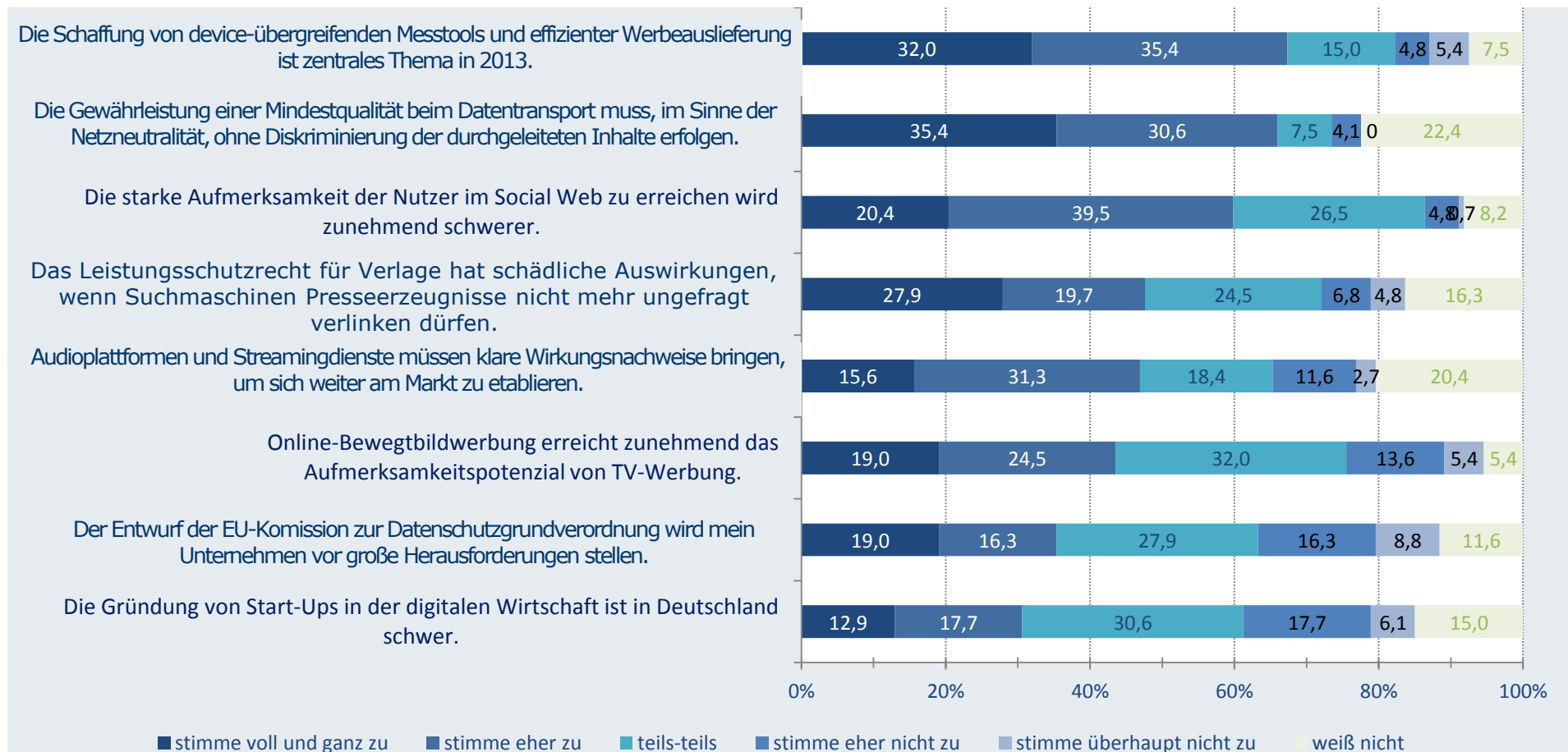
- Postbetriebspublizität
- Dienstleistungs/Shop/Handel/Service/Commerce Dienstleister
- Public-Relations
- Full-Service/Online-Marketing
- Internetagentur mit speziellem Fokus (z.B. auf Mobile, SEO...)
- Online-Vertriebler
- Mobile-Vertriebler
- Sonstiges, und zwar: _____

Antworten abschicken

Christiane Sieck, Bundesverband Digitale Wirtschaft BVDW e.V.

- ➔ Diverse politische Themen stehen 2013 für den BVDW im Programm, u.a. wird es um Positionen in den Bereichen Netzneutralität, Leistungsschutzrecht und Datenschutzgrundverordnung gehen.
- ➔ Die freien Nennungen zu bedeutenden Themen der digitalen Wirtschaft belegen, dass uns auch in 2013 das Thema Mobile weiterhin beschäftigen wird, zusätzlich zu den Themen Big Data, Datenschutz, Social Media und RTB.

Die wichtigsten Themen der Digitalen Wirtschaft in 2013



Quelle: Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. / TiP Januar 2013

Basis N=147 Frage: „In welchem Maße können Sie den folgenden Aussagen zustimmen?“

Welche weiteren Themen werden 2013 bedeutenden Einfluss auf die digitale Wirtschaft ausüben? (freie Nennungen)

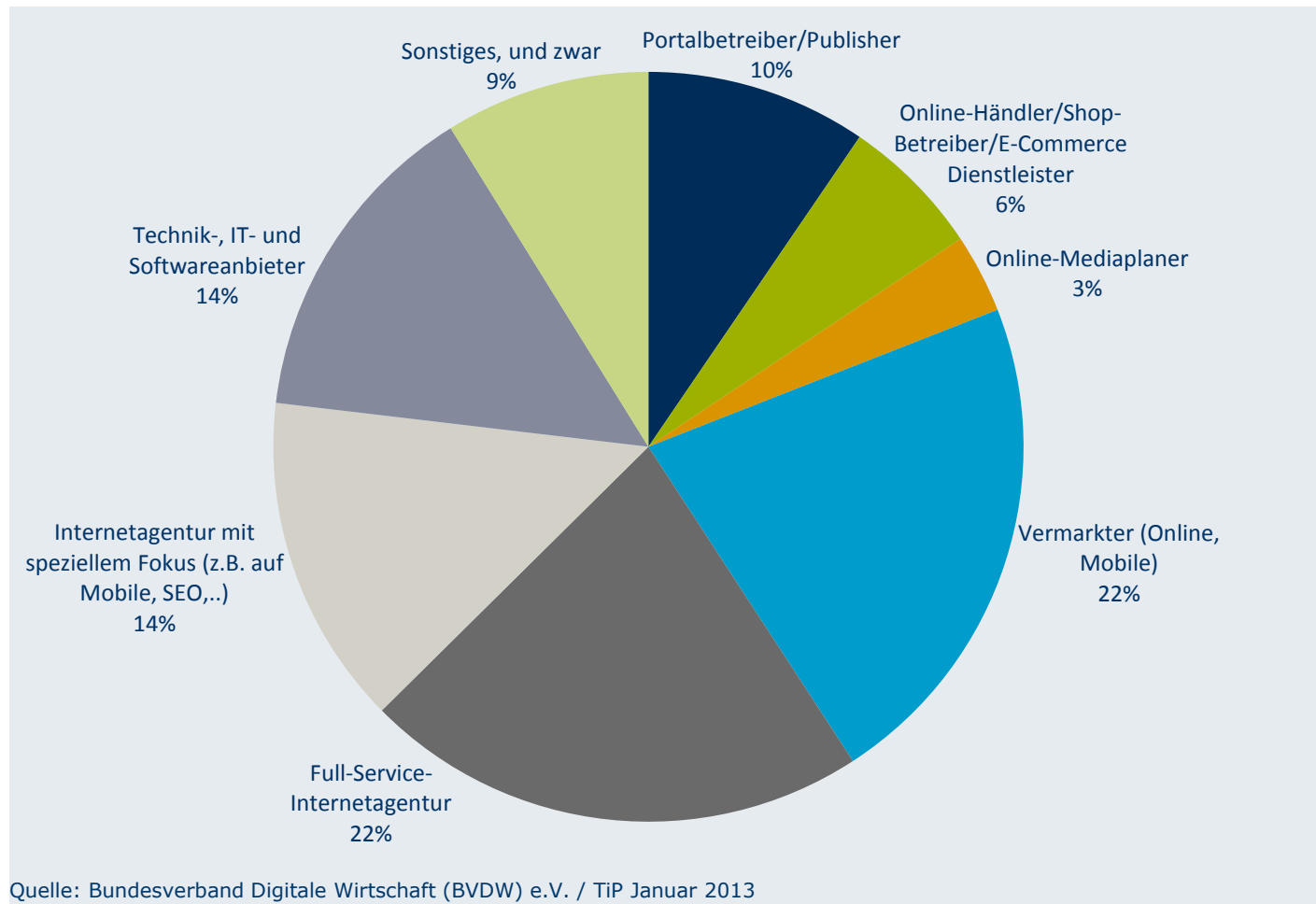
- ➔ Mobile (u.a. Advertising, Anwendungsszenarien, Commerce, Devices, Geschäftsmodelle, HybridApps, Informationdienste, Mediennutzung - Shift der digitalen Mediennutzung, Reichweiten, Werbe- Standards und -Formate)
- ➔ Plattformübergreifende Messung der Nutzung, Multichannel Campaigning, Multi-Device-Marketing, Integration & Channelübergreifende Planung und Messung, Standardisierung/Automatisierung der Arbeitsabläufe
- ➔ Visibility (u.a. Nachweis Visibilität, Nachweis der Wirksamkeit über alle Kommunikationsziele und -Kampagnen, Tracking)
- ➔ Big Data (Anonymisierungsmechanismen, Handling, Kapitalanlage)
- ➔ "Social,, (u.a. Social Media Monitoring, Social Media allgemein, Social CRM, Social Commerce und -Shopping, Support Communities, Verknüpfung Social Media Monitoring und Web Analytics)
- ➔ Datenschutz (u.a. Cookie-Policy, Sicherheit und Markenvertrauen im ECommerce, Internet-Sicherheit/Vertrauen, Vertrauensvoller Umgang mit Kundendaten)
- ➔ Real-Time-Bidding (u.a. Ausbau RTB fähiges Inventar, größere Webemittel)
- ➔ second screen (u.a. Multiscreen Usage, IP-TV, Devices)
- ➔ Video (u.a. DSP, Videocontext analyse)
- ➔ Bewegtbild (u.a. Bewegtbildwerbung, gemeinsame Steuerung mit TV)
- ➔ Targeting
- ➔ responsive Webdesign
- ➔ Leistungsschutzrecht
- ➔ Netzneutralität

Basis N=61 Frage: „Welche Themen werden 2013 bedeutenden Einfluss auf die digitale Wirtschaft ausüben?“ Übersicht der offenen Nennungen

Welche Themen werden 2013 bedeutenden Einfluss auf die digitale Wirtschaft ausüben? (Fortsetzung)

- ➔ Audio Digital/ Streaming
- ➔ Cross-Channel Optimierung (u.a. echtes "Cross-Channel-Marketing", Plattformen)
- ➔ automatisierter Ein-/Verkauf von Standardwerbepplatzierungen/ Gleichgewicht zwischen Aufmerksamkeit und Aufdringlichkeit der Werbung/ leistungsgerechte Auslieferung von Werbung
- ➔ Harmonisierung der digitalen Kanäle/ die verstärkte Vernetzung aller Medien und Kanäle
- ➔ Konjunktorentwicklung
- ➔ Startups/ Nachwuchs/ Ausbildung
- ➔ Netzverfügbarkeit und Qualität/ Geschwindigkeit und Leitungskapazität
- ➔ Qualitätssicherung und Monitoring im Gesamtbereich Online-Media
- ➔ Website Personalisierung/ Webstite-Testing (u.a. Qualität)

Beschreibung der Stichprobe



- ➔ 147 beantwortete Fragebögen
- ➔ Befragungszeitraum:
06.12.2012 bis
14.12.2012

Basis N=147 Frage: „In welchem Geschäftsfeld ist Ihr Unternehmen schwerpunktmäßig tätig?“

Kontaktinformationen



Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Christiane Siwek
Referentin Marktforschung

Tel. +49211 600456 – 26
Mobile +49 173 2054831
Fax +49 211 600456 – 33

siwek@bvdw.org

Hauptsitz Düsseldorf
BVDW e.V.
Berliner Allee 57

40212 Düsseldorf

Tel. +49211 600456 - 0
Fax +49211 600456 – 33

info@bvdw.org
www.bvdw.org

Hauptstadtbüro Berlin

BVDW e.V. im Haus der
Bundespressekonferenz
Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin

Tel. +4930 43746893
Fax +4930 43746894

politik@bvdw.org
www.bvdw.org