

Pressemitteilung

Die B2B Media Alliance auf der DMEXCO 2019

1. B2B Media Studie Mittelstand: Hohe Werbewirkung in fachlich relevantem Umfeld

Würzburg, 10. September 2019 +++ Die B2B Media Alliance (www.b2b-media-alliance.com), eine Initiative von Haufe Media Sales und der Business Advertising GmbH mit einem reichweitenstarken Multichannel-Angebot zur crossmedialen B2B-Vermarktung, stellt auf der diesjährigen DMEXCO (11.-12.09.2019, Halle 8.1, Stand A022) die Ergebnisse der 1. B2B Media Studie Mittelstand vor. Demnach ist Werbung besonders erfolgreich in thematisch passenden Kontexten von B2B-Fachmedien. Die Studie zeigt zudem, dass sich Management und Fachabteilungen in allen maßgebenden B2B-Branchen über Fachinformationsportale erreichen lassen.

Für die Studie hat die Forschungsagentur DCORE im Auftrag von Haufe Media Sales und der Business Advertising GmbH knapp 1.000 Besucher ausgewählter Fachportale befragt. Ein Ziel der Erhebung war es, die Wirkung von B2B-Werbung zu untersuchen. Die Umfrage fand zwischen 3. und 16. Juli 2019 statt.

Werbung wirkt – und zwar besonders gut im fachlich passenden Umfeld

70 Prozent der Studienteilnehmer empfinden Werbung als glaubwürdiger, wenn sie sich in den thematischen Kontext der besuchten Internetseite einfügt. Zwei Drittel von ihnen finden es sogar eher hilfreich, wenn Werbung und Fachinformationen inhaltlich zusammengehören. Fast ebenso viele – 65 Prozent – werden eher auf Werbung aufmerksam, wenn sie zum Inhalt der Seite passt. Ganz anders stellt es sich dar, wenn Werbung und Umfeld thematisch stark divergieren: 79 Prozent der Nutzer fühlen sich dann eher verfolgt als informiert.

Im Visier von Werbung: Fachkräfte und Entscheider

Die Studie zeigt auch, dass sich sowohl das Management als auch die Fachabteilungen in allen maßgebenden B2B-Branchen über Fachinformationsportale erreichen lassen. Schließlich finden sie dort die für sie relevanten, qualitativ hochwertigen Informationen. Im untersuchten Umfeld sind die meisten Fachmediennutzer in Vollzeit (84 Prozent) und als Angestellte (77 Prozent) beschäftigt. Viele von ihnen wirken an Budgetentscheidungen mit oder bereiten weitere Entscheidungen vor.

Die Wirksamkeit von B2B-Werbung lässt sich erhöhen

Aus der B2B Media Studie Mittelstand folgt, dass Werbung in relevanten B2B-Umfeldern eine größere Aufmerksamkeit bei den Rezipienten erzeugt und besser wirkt als in einem thematisch fremden Kontext. Dabei sollten die Werbeinhalte weniger zum Nutzer passen, sondern vor allem die Themen der Website aufgreifen.

Die B2B Media Alliance stellt unter www.b2b-media-alliance.com eine kostenlose Management-Summary der Studie bereit.

Über die B2B Media Alliance

Die B2B Media Alliance (www.b2b-media-alliance.com) ist eine Initiative von Haufe Media Sales und der Business Advertising GmbH. Die Partner bündeln hier umfassende Leistungen für die B2B-Vermarktung: von klassischen Print- und Display-Formaten über Native Advertising – Advertorials Online, Themensponsorings oder Webinaren – bis hin zu Mobile- und Newsletter Advertising und Leadkampagnen. Die B2B Media Alliance mit ihrem reichweitenstarken Multichannel-Angebot ist für Medienentscheider und Agenturen der ideale Partner für die crossmediale 360-Grad-Vermarktung.

Über Haufe Media Sales

Am Standort Würzburg vermarktet der Bereich Media Sales (www.mediacenter.haufe.de) das Umfeld des werberelevanten Haufe-Produktportfolios. Dazu zählen als Werbeträger Online-Portale, Zeitschriften, Newsletter und Bücher.

Als Vorreiter in diesen Zielmärkten bietet Media Sales seinen Kunden Werbeformen wie Anzeigen, Online-Werbung und Live-Formate, die sich durch hohe Relevanz und Nutzen auszeichnen. Zu diesem Produktportfolio erhalten Kunden eine umfangreiche Beratung und werden dabei unterstützt, sich in ihren Märkten zu profilieren und neue Geschäftskontakte zu generieren. Media Sales vernetzt so Leser und Nutzer und bietet Orientierung bei Anbietern von Produkten und Dienstleistungen. Mit kontinuierlich wachsenden Marktanteilen leistet der Bereich einen stetigen Beitrag zum Gesamtumsatz der Haufe Group.

Business Advertising GmbH

Business Advertising GmbH (www.businessad.de) mit Sitz in Düsseldorf ist der führende verlagsunabhängige Online-Vermarkter im B2B mit Fokus auf die Themen Wirtschaft, Finanzen, Smart Living, Karriere und Ausbildung.

Ihre Kunden – vorrangig mittelständische Unternehmen – profitieren von einem crossmedialen Leistungsangebot, um mit hochkarätigen Inhalten meinungsbildende und finanzstarke Nutzergruppen innerhalb thematisch relevanter Channels anzusprechen. Business Advertising setzt dabei ausschließlich auf Medien, die sich durch fundierte Inhalte und einer hohen Akzeptanz bei den Fachnutzern auszeichnen.

Kontakt:

Haufe-Lexware GmbH & Co. KG
Niederlassung Würzburg
Unternehmensbereich Media Sales
Christian Schmitt
Im Kreuz 9
97076 Würzburg
Deutschland
Tel. +49 (0)931-2791-770
mediasales@haufe.de
www.mediacenter.haufe.de

Business Advertising GmbH

Gerd Bielenberg
Tersteegenstrasse 30
40474 Düsseldorf
Deutschland
Tel. + 49 (0)211-179347-45
bielenberg@businessad.de
www.businessad.de

Möller Horcher Public Relations GmbH
Sandy Wilzek
Heubnerstraße 1
09599 Freiberg
Deutschland
Tel. +49 (0)371-2070-910
sandy.wilzek@moeller-horcher.de
www.moeller-horcher.de