

EXPORTtoday

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 14/2023

Wachstum 2023

Wirtschaft wächst, Inflation bleibt hoch.

Nach 3,2 Prozent im vergangenen Jahr dürfte die Wirtschaftsleistung heuer nur um 2,6 Prozent wachsen und 2,9 Prozent nächstes Jahr. Das sei unterhalb des langfristigen Wachstumstrends, teilte die OECD mit. Die Stimmung bei Verbrauchern und Unternehmen helle sich aber langsam auf, der Inflationsdruck lasse nach und China öffne sich wieder. Die Ungewissheit über den Verlauf des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine sind nach Ansicht der OECD weiterhin das Hauptproblem für die Weltwirtschaft. Keine Entwarnung gibt die OECD in Sachen Inflation. Die Teuerungsrate soll heuer bei 6,7 Prozent liegen und erst 2024 merklich nachgeben und zwar auf 3,1 Prozent. Der Politik rät die OECD dazu, die Digitalisierung der öffentlichen Ver-



Die Stimmung in der Weltwirtschaft hellt sich langsam auf. Aber nicht überall gibt es Entwarnung.

waltung voranzubringen, Planungs- und Genehmigungsverfahren für Infrastrukturinvestitionen zu straffen, das Steuersystem zu vereinfachen und den Wettbewerb zu stärken.

newsroom.sparkasse.at

Inhalt

Optimistische Prognosen	02
USA Exportmarkt Nr. 1	02
Kosten sparen mit Potenzial	03
Klimaneutralität bei SlopeLift	05
Digitale Werbestrategien	06

Top-Erfolg

Österreichischer Schutz im All.

Am 13. April startet vom Weltraumbahnhof Kourou in Französisch-Guyana eine Ariane-Trägerrakete auf einen sieben Jahre dauernden Flug zum Jupiter. Die Firma Beyond Gravity Austria hat jenen Thermalisolationsschild gefertigt, der die Sonde und ihre empfindlichen Messgeräte vor den extremen Temperaturschwankungen im Weltraum wirkungsvoll schützt. Die Thermalisolation besteht aus mehreren Schichten hauchdünner Spezialkunststofffolien, die bis zu minus 230 Grad Celsius standhalten müssen.

www.beyondgravity.com

Fokus

Partner Lateinamerika

Eine neue Chance für Mercosur-Abkommen.

Nach den Störungen wichtiger Lieferketten durch die Corona-Pandemie, der russischen Invasion in der Ukraine und immer lauterem Rufen nach einer Abkopplung von China setzen die EU und die USA nun auf Lateinamerika als wichtigen Wirtschaftspartner. Mit dem Wahlsieg des linken Ex-Präsident Luiz Inacio Lula da Silva in Brasilien im Oktober dürfte die Politik der internationalen Abschottung seines Vorgängers Jair Bolsonaro vorbei sein. Davon könnte die Wirtschaft des Landes profitieren. Der seit Jänner amtierende Lula möchte die Isolation Brasiliens beenden

und setzt dabei auf eine verstärkte Zusammenarbeit, sowohl innerhalb als auch außerhalb Lateinamerikas. Damit ist die größte Volkswirtschaft der Region wieder zurück auf der weltpolitischen Bühne. Die EU verhandelt mit den Mercosur-Ländern schon seit 1999 über ein Handelsabkommen. Mit einem derartigen Abkommen würde ein gemeinsamer Markt mit mehr als 700 Millionen Menschen entstehen, der fast 20 Prozent der Weltwirtschaft und 31 Prozent der weltweiten Warenexporte abdeckt.

Ihre EXPORT today-Redaktion

newsroom.sparkasse.at

Impressum

EXPORT today wird vom Observer beobachtet.

Medieneigentümer, Redaktionsadresse: NEW BUSINESS Verlag GmbH, 1060 Wien, Otto-Bauer-G. 6, Tel.: +43/1/235 13 66-0. **Konzept, Gestaltung und Produktion:** NEW BUSINESS Verlag GmbH **Chefredaktion:** Bettina Ostermann (bettina.ostermann@newbusiness.at), Max Gfrerer (max.gfrerer@newbusiness.at) **Projektleiterin:** Sylvia Polak **Geschäftsführer:** Lorin Polak (+43/1/235 13 66-300, lorin.polak@newbusiness.at) **Artredaktion:** Gabriele Sonnberger (gabriele.sonnberger@newbusiness.at) **Hinweis:** Im Sinne der leichteren Lesbarkeit werden geschlechtsspezifische Bezeichnungen nur in ihrer männlichen Form angeführt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Frauen und Männer mögen sich von den Inhalten unseres Newsletters gleichermaßen angesprochen fühlen.

www.newbusiness.at

Vorsichtig optimistisch

Die zuversichtlichen Prognosen von WIFO und IHS sollten von unterstützenden Maßnahmen begleitet werden.

Die Frühjahrsprognosen von WIFO und IHS geben Anlass zu vorsichtigem Optimismus, betont Wirtschaftskammer Österreich-Generalsekretär Karlheinz Kopf: „Wir können mit Zuversicht ins Frühjahr starten, denn die Richtung für Österreichs Wirtschaft stimmt, die Zeichen stehen auf Wachstum. Diesen Kurs gilt es beizubehalten.“

Nach einem leichten BIP-Rückgang im ersten Quartal und einer erwarteten Stagnation im zweiten Quartal 2023 gehen die beiden Institute davon aus, dass es ab der Jahresmitte 2023 mit dem heimischen BIP-Wachstum bergauf gehen wird. Für das Gesamtjahr 2023 prognostizieren WIFO und IHS ein Wachstum von plus 0,3 % (WIFO) bzw. plus 0,5 % (IHS). Während für die Industrie und die Bauwirtschaft das heurige Jahr noch herausfordernd wird, stimmen die Aufholeffekte im Touris-

mus positiv. Auch vom privaten Konsum werden heuer und 2024 positive Impulse erwartet. Generell erwarten beide Institute, dass Österreichs Wirtschaft 2024 wieder deutlich an Fahrt aufnehmen kann.

Abwärtsrisiken eindämmen

„Damit Österreich auf diesem Wachstumskurs bleibt, brauchen unsere Betriebe wirksame Anreize, die als Rückenwind für das Wachstum wirken und in den Unternehmen für Planungssicherheit sorgen“, betont Kopf. Denn der Ukraine-Krieg, die hartnäckig hohe Kerninflation, aber auch die weitere Energiepreisentwicklung sorgen nach wie vor für Unsicherheiten und stellen Abwärtsrisiken für das Wachstum dar.

Um das Wachstum anzukurbeln, brauche es Investitionsanreize, damit Unternehmen sich



WKÖ-Generalsekretär Karlheinz Kopf fordert eine Entlastung der Betriebe.

für die digitale und grüne Transformation wappnen können. Um dem Kostendruck der Energiepreisentwicklung zu begegnen, braucht es auch eine rasche Umsetzung des EKZII. Weitreichenden Handlungsbedarf gebe es aber auch auf dem Arbeitsmarkt, betont Kopf: „Wir müssen hier alle Hebel in Bewegung setzen, damit der zunehmende Arbeitskräftemangel nicht zu einem dauerhaften Wachstumshemmnis wird. Dazu zählt die steuerliche Begünstigung von Überstunden genauso wie Anreize für längeres Arbeiten.“

<http://wko.at>



Gute Marktchancen trotz gedämpfter Wirtschaftsprognosen in den USA.

Made in Austria“ ist in den USA nach wie vor stark gefragt. „Die österreichischen Exportbetriebe konnten ihre Ausfuhren in die Vereinigten Staaten im vergangenen Jahr auf 12,9 Mrd. Euro steigern. Das ist ein All Time High. Obwohl wir für heuer eine gedämpfte Dynamik erwarten, bleiben die USA ein sehr aussichtsreicher Exportmarkt für Österreichs Wirtschaft“, erklärte Mariana Kühnel, stv. WKÖ-Generalsekretärin, bei einem Pressegespräch mit dem WKÖ-Wirtschaftsdelegierten in New York, Peter Hasslacher, am Rande der Technolo-

Exporte nach Übersee

Die USA bleiben ein wichtiger Wachstumsmarkt für heimische Wirtschaft. Die Exporte waren 2022 auf einem All Time High.

giekonferenz „MIT Europe Conference“ in Wien. Dabei vernetzt die WKÖ heimische Unternehmen mit renommierten Spitzenforschern:innen des Massachusetts Institute of Technology. Ebenfalls stark im Aufwind sind Investitionen heimischer Betriebe in den USA: Zuletzt zählte Österreich zu den Top 3 der am schnellsten wachsenden ausländischen Direktinvestoren in den USA.

WKÖ-Beratungen für Unternehmen in USA um 60 Prozent gesteigert

„Die Rückmeldungen unserer AußenwirtschaftsCenter bestätigen das stark gestiegene Interesse heimischer Betriebe am US-Markt. Auch hinsichtlich der geopolitischen Umbrüche ist Marktdiversifikation ein entscheidender Standort- und Wettbewerbsfaktor. Umso erfreulicher ist es, dass wir mit

unserer AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA zahlreiche rot-weiß-rote Erfolgsgeschichten begleiten und unterstützen konnten“, so Kühnel. Im Vorjahr nutzten österreichische Unternehmen mehr als 2.650 Beratungen in den AußenwirtschaftsCenter in den USA, im 5-Jahres-Vergleich entspricht das einem Plus von 60 Prozent.

Chancen für heimische Betriebe eröffnen zudem staatliche Investitionspakete zur Erneuerung der US-Infrastruktur. Das AußenwirtschaftsCenter in New York unterstützt österreichische Unternehmen beim Einstieg in den US-Markt und ist Ansprechpartner für Betriebe vor Ort. Weiteres Ziel ist es, die Wirtschaftsbeziehungen zwischen den USA und Österreich zu stärken.

<http://wko.at>

Kostensparende Lösung mit Potenzial

Beim Netzerkusbau stellen die physikalischen Grenzen der Ethernet-Übertragung eine große Herausforderung dar. Mit der G.hn-Technologie werden diese aufgehoben und erweitert.

Egal ob Computer, Automatisierungssteuerung, Überwachungskamera, Verkehrsregelung, Gebäudeautomation oder Haushaltsgeräte: In Zeiten der Digitalisierung wird eine stetig wachsende Zahl unterschiedlicher Geräte an das Ethernet-Netzwerk angeschlossen. Da der herkömmliche Ethernet-Standard auf typische IT-Anwendungen abgestimmt ist, stößt er im industriellen Umfeld immer wieder an seine Grenzen. In einigen Bereichen fordern die Anwender hier längere Kommunikationsstrecken und eine vereinfachte Verkabelungsstruktur. Diese Lücken, welche die aktuellen Anforderungen aufdecken, schließen neue Technologien wie SPE, APL, SHDSL oder VDSL2. Besonders hervorzuheben ist der junge Standard G.hn, der für die industrielle Nutzung bis dato kaum im Fokus stand. G.hn verfügt über Funktionen und Vorteile, die den Einsatz der Technologie für zahlreiche Anwendungsbereiche interessant machen.

Hohe Datenrate bei guter Qualität

G.hn ist unter der Bezeichnung des zugehörigen Standards ITU G.996X bekannt. Die Abkürzung G.hn steht für Gigabit Home Networks, was verdeutlicht, dass die Technologie ursprünglich für das Umfeld der Heimvernetzung konzipiert wurde. Die Vorteile von G.hn liegen in einer hohen Datenrate bei gleichzeitig guter Übertragungsqualität auf jeder Leitung. Im Resultat steht den Anwendern ein Standard zur Verfügung, der aufgrund dieser Vorzüge in Zukunft mehr Bedeutung in Industrie-, Infrastruktur- und IoT-Applikationen erlangen wird. Bei G.hn handelt es sich um ein Trägerfrequenzverfahren, das die Datenrate dynamisch an die vorliegende Streckendämpfung anpasst sowie mit einer (Brutto-)Signalrate von bis zu 2 Gbit/s arbeitet. Zudem werden maximale Leitungslängen von 1.000 Metern überbrückt. Dieser Wert übertrifft die Reichweite von Standard-Ethernet um den Faktor 10. Neue Ethernet-Technologien wie SPE und APL sehen ebenso wie das klassische Ether-



Gigabit Ethernet Extender mit G.hn-Technologie ermöglichen vernetzte Ethernet-Topologien über Distanzen bis zu einem Kilometer per Zweidrahtleitung oder Koaxialkabel.

net in ihren Standards eine feste Datenrate bis zu einer definierten Strecke vor. Leitungen, Steckverbinder und Netzwerkgeräte müssen diesen Anforderungen genügen und entsprechend genormt sein. Dies erweist sich zum einen als positiv, weil der Standard die jeweilige Datenrate für diese Distanzen garantiert. Zum anderen ist die Interoperabilität von Komponenten verschiedener Hersteller stets sichergestellt. Allerdings bedeutet es auch, dass nicht jede beliebige Reichweite überwunden respektive nicht jedes Kabel verwendet werden kann. An dieser Stelle bietet G.hn mehr Flexibilität und eignet sich daher bestens für das Retrofit von Anlagen. In puncto Netzwerkstruktur zeigt sich G.hn ebenfalls als einfacher handhabbar. Komplexe Topologien lassen sich selbst mit passiven Verbindungen umsetzen.

Weitere Nutzung der Verkabelung

Das Besondere der Technologie besteht nicht nur in der Kombination aus Datenrate und großer Reichweite: Mit G.hn können unterschiedliche Übertragungsmedien wie Twisted Pair, Koaxialleiter oder nicht genutzte Stromkabel verwendet werden. Die Technologie erlaubt zum Beispiel den Ein-

satz der vorhandenen Verkabelung, sodass Aufwand und Kosten sinken. Mit der neuen Produktfamilie Gigabit Ethernet Extender hat Phoenix Contact Geräte entwickelt, welche die Ethernet- einfach auf eine G.hn-Kommunikation transformieren. Die Gigabit Ethernet Extender sind wahlweise mit Anschlüssen für Twisted-Pair-Leitungen auf eine Push-in-Klemme oder mit einer BNC-Buchse zur Anbindung von Koaxialkabeln erhältlich. Immer dann, wenn Ethernet-Verbindungen mehr als 100 Meter betragen, müssen Anwender andere Lösungen als die übliche LAN-Verbindung finden. Hier bietet sich die G.hn-Technologie als kostensparende Alternative zu Lichtwellenleitern an. Bei Verwendung der bestehenden Kupferkabel lassen sich teure Neuinstallationen vermeiden.

PHOENIX CONTACT GmbH

Ada-Christen-Gasse 4, 1100 Wien
Tel.: +43/1/680 76
info.at@phoenixcontact.com
www.phoenixcontact.at

Lesen Sie den ungekürzten Artikel im aktuellen NEW BUSINESS 4/2023, Seite 92–93.

ES-FLOW™ ES-113I

Ultraschall Durchflussmesser für Flüssigkeiten für niedrige Durchflüsse

- > Niedrigster Durchflussbereich auf dem Markt: 2 - 1.500 ml/min
- > Flüssigkeiten können unabhängig von Dichte, Temperatur und Viskosität gemessen werden
- > Hohe Genauigkeit, schnelle Reaktionszeit und ausgezeichnete Wiederholbarkeit
- > geringer Druckverlust durch gerades Messrohr

Anwendungsbereiche:

- > Lebensmittel- und Getränkeindustrie, Pharmaindustrie, Medizintechnik sowie Chemie, Oberflächenbehandlung, Fahrzeugtechnik

hl-trading gmbh - Messen Sie, wir regeln das!



**Der österreichische Vertriebspartner
von Bronkhorst High-Tech B.V.**

- > Thermische Massendurchflussmesser / -regler mit Bypass-Sensor
- > Thermische Massendurchflussmesser / -regler mit Direktstrom-Sensor
- > Coriolis Massendurchflussmesser / -regler
- > Ultraschall Volumenstrommesser / -regler
- > Elektronische Druckmesser / -regler

hl-trading gmbh

Rochusgasse 4
5020 Salzburg

+43 (0)662 - 43 94 84
sales@hl-trading.at

www.hl-trading.at



Konstantin Kasapis,
CEO und Founder
SlopeLift, ist stolz
darauf, in Sachen
Klimaneutralität einen
Beitrag leisten.

Qualitätszertifikat

SlopeLift nimmt die Klimaneutralität ernst und ist nun auch stolzer Träger des Top Company-Siegels von kununu.

Die Performance-Marketing-Agentur SlopeLift, die sich als One Stop Shop für Digitales Performance Marketing im DACH- und CEE-Raum versteht, nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung ernst und setzt ab sofort auf Klimaneutralität. „SlopeLift ist jetzt ein klimaneutrales Unternehmen. Das bedeutet, dass wir unsere Treibhausgas-Emissionen erfasst haben, diese kontinuierlich reduzieren und die restlichen Emissionen durch Klimaschutzprojekte ausgleichen“, erklärt Konstantin Kasapis, Founder und CEO von SlopeLift und fährt fort: „Konkret haben wir gemeinsam mit ClimatePartner unseren Corporate Carbon Footprint, also den CO₂-Fußabdruck von SlopeLift, berechnet und berücksichtigen dabei Emissionsquellen wie Energie und Heizung, aber auch Geschäftsreisen, Büromaterial und insgesamt alle Emissionen, die wir als Unternehmen verursachen. Jene Emissionen, die wir nicht vermeiden können, gleichen wir konsequent aus, indem wir ein Klimaschutzprojekt aus dem ClimatePartner-Portfolio unterstützen.“

Top Company-Siegel von kununu
Parallel dazu, ist SlopeLift-CEO Kasapis und seinem Team, aber auch die Positionierung als Top-Arbeitgebermarke ein zentrales Anliegen. Die Agentur, die Qualitäts-

zertifikate von Google, Microsoft, Meta und BVDW führen darf, ist nun auch stolzer Träger des Top Company-Siegels für Unternehmen, die auf der Plattform kununu besonders gut bewertet werden. „Unter allen Arbeitgeber-Siegel auf dem Markt genießt das Top Company-Siegel von kununu die größte Bekanntheit im D-A-CH-Raum. Das Besondere am Top Company-Siegel ist, dass es nicht von einer Jury vergeben wird, sondern ausschließlich auf unabhängigen Bewertungen auf dem jeweiligen Unternehmensprofil basiert“, erklärt Kasapis. Durch die datenbasierte und unabhängige Vergabe des Siegels wird eine authentische Bewertung der Unternehmensdarstellung gewährleistet. Und da sich der kununu-Score kontinuierlich ändert, wird das Top Company-Siegel auf jährlicher Basis vergeben, wodurch die Aktualität und Relevanz der Auszeichnung garantiert wird. Konstantin Kasapis, CEO von SlopeLift, betont abschließend: „Ich bin froh, dass wir nicht nur als Arbeitgeber hervorstechen können, sondern auch in Sachen Klimaneutralität unseren Beitrag leisten. Beides sind unverzichtbare Assets für eine moderne Digital-Agentur.“ SlopeLift unterstützt Unternehmen und Marken bei der Umsetzung ihrer digitalen Mediastrategie.

www.slopelift.com

Elektrolyse

CO₂-freier Wasserstoff in Reutte durch den ersten Industrie-Elektrolyseur in Europa.

Plansee benötigt große Mengen an Wasserstoff für die Produktion. Linde Gas GmbH baut und betreibt die Anlage, in der aus Wasser und Strom Wasserstoff erzeugt wird. Installiert wird der Wasserstoffelektrolyseur in einem bestehenden Gebäude auf dem Firmengelände von Plansee in Breitenwang. Der Elektrolyseur hat eine Leistung von vier Megawatt und erzeugt bis zu 800 Kubikmeter Wasserstoff pro Stunde mit einer Reinheit von 99,999 Prozent. Der für die Elektrolyse erforderliche Strom kommt ausschließlich aus regenerativen Quellen (grüner Strom), damit ist auch der in diesem Prozess entstandene Wasserstoff grün.

Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks

Die Vereinbarung mit Linde zur Versorgung des Produktionsstandorts soll die Hälfte der von Plansee und Ceratizit in Reutte benötigten Wasserstoffmenge abdecken. „Mit dem neuen Wasserstoffelektrolyseur halbieren wir die Emissionen bis zum Jahr 2025“, so Ulrich Lausecker, geschäftsführender Direktor von Plansee Hochleistungswerkstoffe. Ziel von Plansee ist es, den Standort bis zum Jahr 2030 vollständig mit CO₂-frei produziertem Wasserstoff zu versorgen.

„Linde und Plansee zeigen mit diesem innovativen Projekt, dass man konkrete Schritte in Richtung Dekarbonisierung der Industrie verwirklichen kann“, so DI Andreas X. Müller, MSc, Leitung Cluster Österreich / Ungarn bei Linde.

www.linde.com

Förderungsrealisierung
weltweit
zu besonderen
Konditionen!



www.akzeptata.at

Digitale Werbe- und Mediastrategien

Die „Media-Mix Benchmark 2023“-Studie befragte Marketing- und Werbeverantwortliche auf Auftraggeberseite zur Aussteuerung ihrer digitalen Marketing-, Werbe- und Mediastrategie.

Spannende Einblicke in die digitalen Marktkommunikations- und Mediastrategien heimischer Unternehmen liefert die von der Kommunikationsagentur MOMENTUM Wien gemeinsam mit dem Marketing Club Österreich initiierte Studie „Media-Mix Benchmark 2023“. Für die Studie wurden Marketing- und Werbeverantwortliche in heimischen Unternehmen im Frühjahr 2023 zur Aussteuerung ihrer digitalen Kommunikationsaktivitäten im Vorjahr, aber auch zu ihren digitalen Kommunikationsaktivitäten im Jahr 2023 befragt. Die Ergebnisse der 210 Computer-assisted Web Interviews (CAWI) zeigen auf, in welche digitalen Medienkanäle werbetreibende Unternehmen 2022 ihr Werbegeld investiert haben und inwiefern diese Akzentuierungen 2023 noch weiter verstärkt werden. „Die zum mittlerweile dritten Mal durchgeführte Media-Mix-Benchmark-Studie ist eine relevante Entscheidungshilfe für die digitale Media- und Werbestrategie heimischer Werbetreibender“, erklärt Maximilian Mondel, Co-Founder von MOMENTUM Wien. Und Niko Pabst, Geschäftsführer des Marketing Club Österreich, fügt hinzu: „Die Media-Mix-Benchmark-Studie soll für Entscheidungsträger aus Marketing und Werbung ein Gradmesser sein, welche digitalen Kanäle für werbetreibende Unternehmen aus Österreich im Trend sind.“

2022: Digitale Werbung ist weiter im Steigen begriffen

Die Studienergebnisse der „Media-Mix Benchmark 2023“ lassen sich in einem Satz zusammenfassen: Die Marketing- und Werbemaßnahmen in Österreich haben bereits einen hohen Digitalisierungsgrad erreicht, werden aber in den kommenden Monaten noch digitaler werden. Rund 70 Prozent der befragten Marketing- und Werbeverantwortlichen gaben an, dass der Media-Mix in ihrem Unternehmen im Jahr 2022 mehr digitale Kanäle beinhaltete, als im Jahr davor. Kein einziger Befragter gab zu Protokoll, dass sein Unternehmen 2022 im Vergleich



V.l.n.r.: Niko Pabst, Geschäftsführer Marketing Club Österreich und Maximilian Mondel, Co-Founder der Kommunikationsagentur MOMENTUM Wien

zu 2021 stärker in Offline-Medien investiert habe. Dazu befragt, wie sie den prozentuellen Anteil von Digital Marketing und Digital Advertising am Gesamtmediamix in Österreich einschätzen, antworteten 38 Prozent der heimischen Marketing- und Werbeverantwortlichen „zwischen 21 und 40 Prozent“ und 28 Prozent „zwischen 41 und 60 Prozent“.

Zum Digital-Anteil an der Gesamtwerbung im eigenen Unternehmen gaben 28 Prozent der Befragten „zwischen 21 und 40 Prozent“ zu Protokoll, und 33 Prozent der Marketer/Werber gehen von einem Digital-Anteil an ihren Werbeaktivitäten im Jahr 2022 „zwischen 41 und 60 Prozent“ aus. Die Zurückhaltung bei den Werbebudgets spiegelt sich auch in den Antworten auf Frage nach Budgetveränderungen im Werbebereich wider: Bei 53 Prozent der Befragten gab es von 2021 auf 2022 keine signifikanten Veränderungen beim Werbebudget, bei 33 Prozent sank das Werbebudget sogar und nur bei 14 Prozent wurde aufgestockt.

Zu den klaren Gewinnern unter den digitalen Medienkanälen zählten 2022 Social Media (+31 Prozent), Bewegtbild/Video (+29 Prozent), E-Mail-Marketing/Newsletter Marketing (+27 Prozent), Integrated Content (+19 Prozent), SEO (+16 Prozent) und SEA (+15 Prozent) sowie Display (+12 Prozent). Aber auch in Native Advertising

(+9 Prozent), Affiliate Marketing (+5 Prozent) und Connected TV/CTV (+3 Prozent) wurde im Vorjahr von heimischen Marktern und Werbern mehr Geld gesteckt als noch ein Jahr davor.

2023: Video und Social Media legen weiter kräftig zu

Im laufenden Jahr werden Österreichs Werbetreibende laut Media-Mix-Benchmark-Studie in die eine oder andere Werbeform sogar noch mehr investieren als 2022: Den Werbeformen Video und Social Media stehen heuer – auf das Gesamtjahr 2023 gesehen – zusätzliche Werbeinvestments von 23 Prozent (Video) und 20 Prozent (Social Media) ins Haus. Ebenfalls zweistellig zulegen werden laut Media-Mix-Benchmark-Studie Suchmaschinenmarketing/SEO (17 Prozent), E-Mail-Marketing/Newsletter Marketing (11 Prozent) und Integrated Content (10 Prozent). Im einstelligen Prozentbereich zulegen werden heuer die Werbeinvestments in Display (6 Prozent), Native Advertising (6 Prozent), Suchmaschinenwerbung/SEA (6 Prozent) und Mobile (3 Prozent). Auf oder knapp unter Vorjahresniveau bewegen sich heuer laut Media-Mix-Benchmark-Studie Connected TV, Digital Audio, Rubrikenmärkte, In-Game Advertising und Affiliate Marketing.

www.momentum.wien

NEW BUSINESS

**Alles, was
Sie für Ihr
Business
brauchen!**



DAS NEW BUSINESS PAKET um nur 37 Euro!

Abonnieren & profitieren Sie!

Hotline: 01/235 13 66-100

Fax: 01/235 13 66-999

E-Mail: sylvia.polak@newbusiness.at

- ☐ Ja, ich bestelle NEW BUSINESS für ein Jahr (elf Ausgaben) um nur 37 Euro.
- ☐ Ja, ich bestelle das Vorteilsabo NEW BUSINESS für zwei Jahre (22 Ausgaben) um nur 63 Euro.