



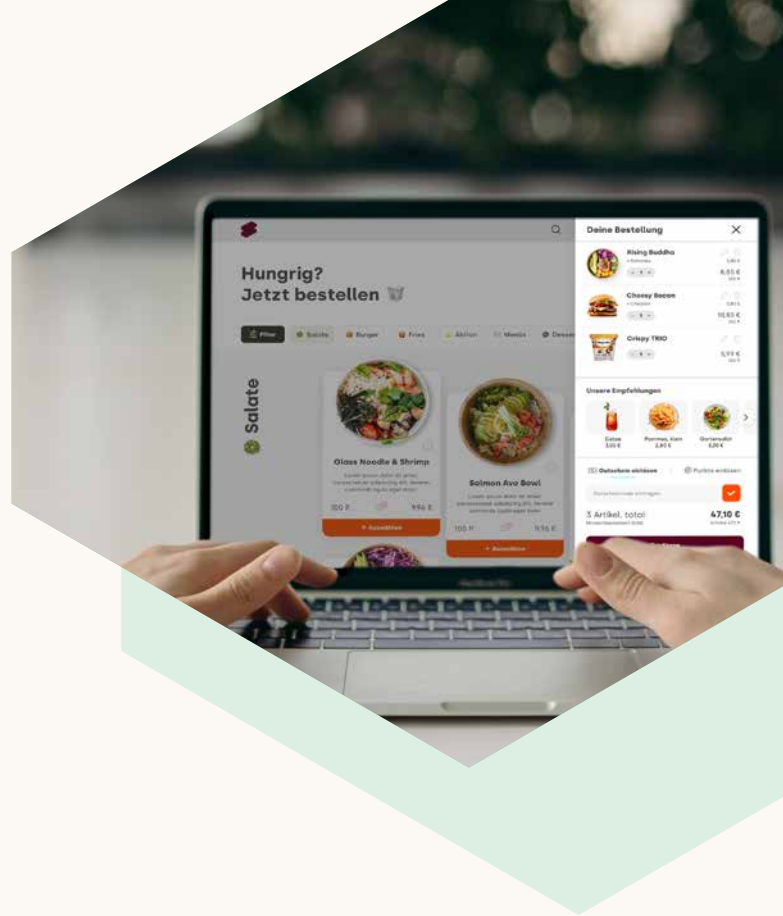
Marketing-Investitionen und Kanalnutzung

Insights aus aktueller SIDES Umfrage



Einleitung

In Zeiten digitaler Transformation und zunehmender Konkurrenz wird der strategische Einsatz von Marketingbudgets immer wichtiger. Um ein besseres Verständnis für die Marketingpraktiken und -investitionen innerhalb unserer Branche zu gewinnen, haben wir Ende Oktober 2024 eine interne Umfrage unter einer Auswahl unseren SIDES-Kunden in Deutschland durchgeführt. Die gewonnenen Erkenntnisse bieten spannende Einblicke in aktuelle Investitionsprioritäten und Kanalpräferenzen und geben eine Momentaufnahme der Prioritäten unserer teilnehmenden Partner.

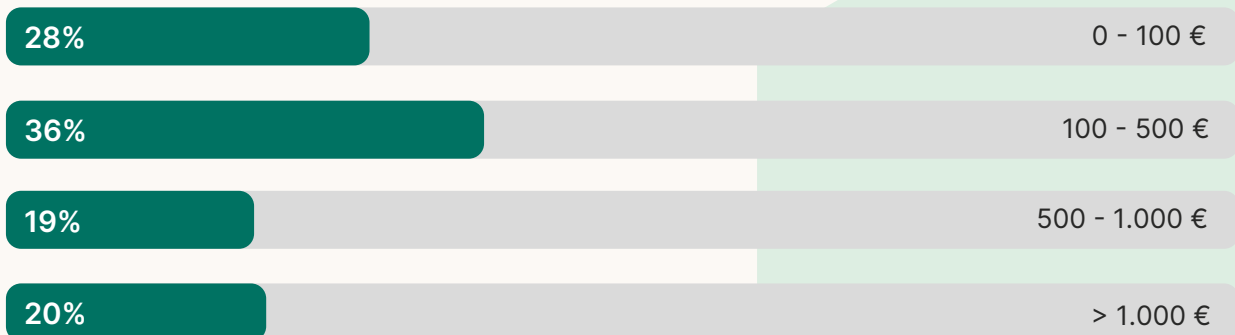


Umfrageergebnisse auf einen Blick

MONATLICHE MARKETING-INVESTITIONEN

Ein wichtiger Aspekt der Umfrage drehte sich um das monatliche Budget, das in Marketingmaßnahmen investiert wird. Die Antworten zeigen eine breite Spannweite an Investitionssummen, was auf unterschiedliche Marketingstrategien und -ziele innerhalb der Gastronomiebranche hinweist. Die Daten bieten Anhaltspunkte dafür, wie Unternehmen mit ihren Marketingbudgets umgehen und wie viel sie bereit sind, in Sichtbarkeit, Kundengewinnung und Markenaufbau zu investieren.

Zusammenfassung der Antworten:

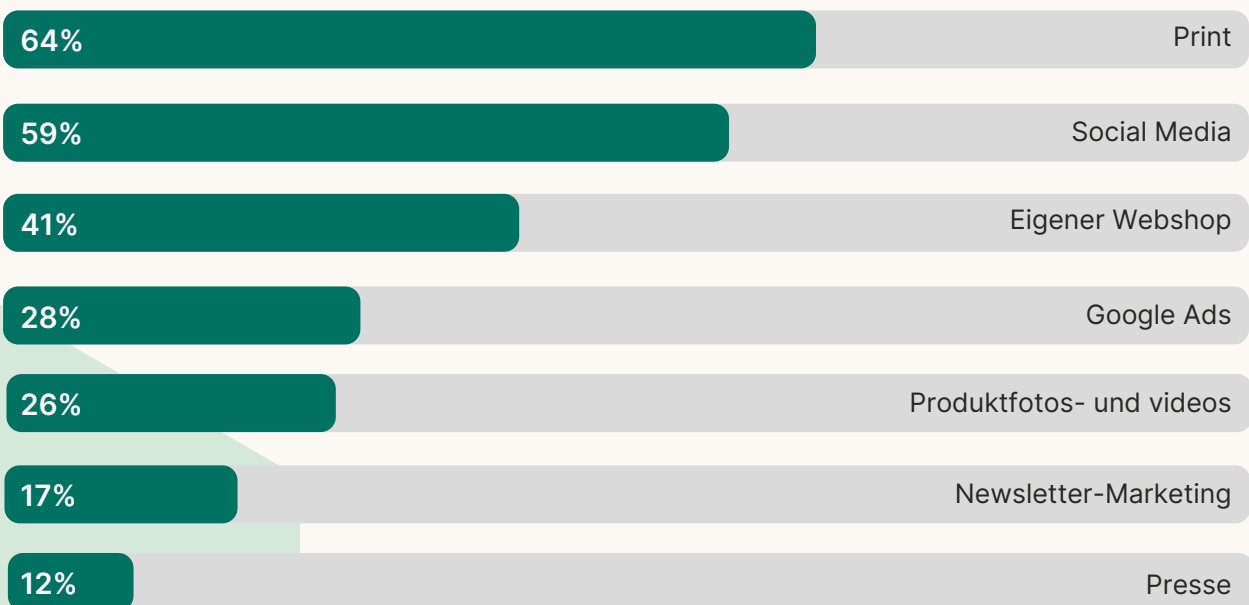


* 185 Teilnehmer:innen haben diese Frage beantwortet. Mehrfachantworten waren möglich.

GENUTZTE MARKETING-KANÄLE

Der zweite Teil der Umfrage widmete sich den Kanälen, die die Teilnehmer:innen für ihre Marketingaktivitäten bevorzugen. In einer dynamischen Medienlandschaft haben Unternehmen Zugang zu einer Vielzahl von Kanälen, von traditionellen Medien bis hin zu sozialen Netzwerken. Die Umfrageergebnisse geben einen Anhaltspunkt darauf, welche Kanäle in der Gastronomiebranche besonders beliebt sind und wo Restaurants, Lieferdienste & Co. ihre Marketingressourcen hauptsächlich einsetzen.

Beliebtste Marketingkanäle:



* 192 Teilnehmer:innen haben diese Frage beantwortet.
Mehrfachantworten waren möglich.

Fazit

Die Ergebnisse unserer Umfrage verdeutlichen die Bandbreite an Investitionssummen und Kanälen, die Gastronomieunternehmen, die mit SIDES zusammenarbeiten, für ihre Marketingmaßnahmen wählen. Der Trend zeigt eine verstärkte Ausrichtung auf digitale Kanäle, was die zunehmende Bedeutung der Online-Sichtbarkeit unterstreicht. Für Betriebe ergibt sich daraus die Möglichkeit, ihre Marketingstrategien zu überdenken und gezielt auf die Kanäle zu setzen, die das größte Potenzial für ihre Zielgruppen bieten.



Wilhelm-Kabus-Straße 70/Haus 34.3
10829 Berlin

+49 (0)30 25 77 0993
marketing@get-sides.de

www.get-sides.de