

OTS0070, 2. April 2020, 10:28

Investitionsbereitschaft in Zeiten der Krise

Umfrage: Private Investitionen unmittelbar nach dem Ende der Corona-Krise geplant.

Wien / St. Pölten (OTS) - In einer vom Marktforschungsinstitut marketagent im Auftrag der Cayenne Marketingagentur GmbH durchgeführten Umfrage (Anm.: n = 500, Feldzeitraum: 27. bis 31. März 2020, Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung) zeigt sich aktuell, dass die Investitionsbereitschaft während, aber jedenfalls gleich nach Ende der Corona-Krise, hoch ist und dementsprechend auch ein regelrechter "Run" auf Investitionsgüter sowie bei Investitionen im Bau- und Baunebenbereich inkl. Gewerke zu erwarten sein wird. So geben über 60 Prozent der Bevölkerung bei geplanten "größeren Investitionsentscheidungen" oder "Sanierungen" an, diese

- "gleich bzw. in den nächsten Tagen" (28,4 Prozent) oder

- "sofort nach Ende der Corona-Krise" (31,6 Prozent)

zu treffen bzw. durchzuführen. Lediglich 4,4 Prozent meinen, dass sie dies "frühestens ein Jahr nach Ende der Corona-Krise", bzw. nur 10 Prozent "in etwa in einem halben Jahr" erledigen wollen.

"Wer daher heute etwa die Kommunikation von Produkteinführungen oder mittelfristig überhaupt Ausgaben in der Kommunikation auf den Sankt Nimmerleinstag verschiebt, läuft Gefahr, am zu erwartenden raschen Neustart des privaten Konsums und privater Investitionen unmittelbar nach dem Höhepunkt der Corona-Krise nicht zu partizipieren.", erklären dazu Lukas Leitner und Wolfgang Übl, Gesellschafter der Cayenne Marketingagentur.

Absichtsvolle Markenführung hat nun Renaissance.

Nun kann man auch den Mut für eine klare Sprache aufbringen und klar kommunizieren, wofür man steht und was man in diesen Zeiten auch gesellschaftlich beitragen kann. "Was heute zählt, ist eine sinnbehaftete und tiefwurzelnde Markenführung: In Zeiten nach der Krise bleiben langfristige, teils früher als antizipiert diskreditierte Werte, nämlich Beständigkeit, Ehrlichkeit und Verlässlichkeit - auch oder gerade in Zeiten eines Sturms.", so die beiden Markenexperten.

Antizyklische Kommunikation schafft Grundstein für bedeutungsvolle Markenführung.

Den Grundstein für bedeutungsvollere Markenführung wird heute bzw. in den nächsten Wochen gelegt, antizyklische Kommunikation dabei bewusst eingesetzt werden: In der vom Marktforschungsinstitut marketagent im Auftrag der Cayenne Marketingagentur GmbH durchgeführten Umfrage geben 42 Prozent der Befragten an, sich in Zeiten der aktuellen Corona-Krise weiterhin mit TV-Spots, in Print-Inseraten, Flugblättern oder Internet-Werbung über konkrete Angebote zu informieren, während nur 27,6 Prozent angeben, dies nicht zu tun. "So verwundert es heute auch nicht, dass etwa TV, Zeitungen und vor allem deren News-Portale wieder Spitzenquoten schreiben.", erklären Leitner und Übl abschließend.

Über Cayenne

Die Cayenne Marketingagentur ist eine eigentümergeführte Full-Service-Agentur in Österreich mit Firmensitzen in Wien und Niederösterreich. Der Fokus liegt auf kreativen Kommunikationslösungen für alle Kommunikationskanäle. An Kunden und Marken betreut Cayenne etwa SKODA Österreich, Borealis AG, 1a-Installateure, proHolz Austria, Bosch BSH Hausgeräte, Sanova Pharma GmbH, STIHL, die Bundeskammer der ZiviltechnikerInnen, Macquarie KAG, Winzer Krems und das Land Niederösterreich. Im aktuellen Branchenranking (xpert-Ranking) liegt Cayenne bei über 10.000 im Firmenbuch eingetragenen Agenturen in Österreich auf Platz 6 aller österreichischen Werbeagenturen.

Rückfragen & Kontakt:

Cayenne Marketingagentur GmbH

noe@cayenne.at

Tel.: 01 / 524 5144 13

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS | CAY0001

Cayenne Marketingagentur GmbH

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Cayenne Marketingagentur GmbH

noe@cayenne.at

Tel.: 01 / 524 5144 13

MEHR ZU DIESER AUSSENDUNG

Stichworte:

[Corona](#), [Wirtschaft](#), [Investitionen](#),

[Kommunikation](#), [Finanzen und](#)

[Dienstleistungen](#)

Channels:

[Wirtschaft](#), [Chronik](#)