

Österreichs Marketing 2025: KI-Anwendungen und Herausforderungen im Fokus!

Am 11. März 2025 präsentierte der Marketing Club Österreich Ergebnisse zur Marketing Agenda 2025 und betonte Herausforderungen und Chancen durch KI und Digitalisierung.



Wien, Österreich - In Österreich weht ein frischer Wind in der Marketinglandschaft, doch das Land bleibt hinter den europäischen Entwicklungen zurück. Bei einem Clubabend des Marketing Club Österreich (MCÖ) vergangene Woche wurden die Ergebnisse der europaweiten Studie „Marketing Agenda 2025“ präsentiert. Georg Wiedenhofer, Präsident der Austrian Marketing Confederation (AMC), betonte: „KI-Einsatz im Marketing wird zur strategischen Priorität. Die Entwicklung in Österreich ist jedoch noch nicht so stark ausgeprägt wie im Rest Europas“, wie **medianet.at** berichtet. Schlüsselthemen in der Studie sind Sales (52 %), Performance Marketing (44 %) und

Brand Management (37 %), während digitales Marketing mit 36 % an erster Stelle steht. Dennoch sieht sich Österreich mit enormen Preissteigerungen konfrontiert, die Projekte erheblich bremsen.

Wichtige Herausforderungen stellen zudem das fehlende KI-Wissen in Unternehmen dar, das mit 32 % genannt wird. Während KI zunehmend für Content-Entwicklung genutzt wird, bleibt die tatsächliche Anwendung hinter den Erwartungen zurück. Ein zukunftsorientierter Ansatz wird auch in der Anpassungsfähigkeit an veränderte Verbraucherbedürfnisse deutlich, die durch die Corona-Pandemie verstärkt wurden. Laut einer Analyse von **marktforschung.de** muss das Marketing auf die veränderten Erwartungen der Konsumenten reagieren. Diese erfordern mehr Menschlichkeit, Nachhaltigkeit und Teilhabe, um langfristige Kundenbindung zu sichern. Unternehmen, die sich nicht auf die neuen Gegebenheiten einstellen, könnten schnell ins Hintertreffen geraten, während die Bedeutung von digitalem Marketing und einer echten Kundennähe weiter wächst.

Die Herausforderungen der Digitalisierung werden als Chancen verstanden, die jedoch dazu führen, dass Unternehmen ihre Strategien gezielt anpassen müssen, um in der neuen Marktwelt erfolgreich zu sein. Der Dialog mit den Kunden und die Schaffung von Gemeinschaft werden unverzichtbar. Der Aufruf zur Kundenzentrierung wird dabei immer lautstärker, da Konsumenten zunehmend Wert auf Authentizität und nachhaltiges Handeln legen. Das Marketing der Zukunft ist also gefordert, nicht nur Trends zu folgen, sondern auch aktiv daran zu arbeiten, das Vertrauen der Verbraucher zurückzugewinnen und zu erhalten.

Details	
Ort	Wien, Österreich
Quellen	• medianet.at • www.marktforschung.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at