



Doodle macht sich

Doodle ist nicht nur der erfolgreichste Online-Terminplaner, sondern auch eine attraktive Werbepattform und ein Anbieter werbefreier Bezahldienste. Laut aktueller Marktforschung ist Doodle sehr bekannt und beliebt und wird von einer einkommensstarken Gruppe genutzt.

Zürich, 24.9.2009

Innerhalb eines Jahres professioneller Vermarktung hat sich Doodle als viel beachtete Werbepattform in der Schweiz etabliert. 848'000 Besucher verzeichnet das Terminfindungs-Tool monatlich, ist sehr bekannt und unter den Nutzern äusserst beliebt. Doodle-User haben ein überdurchschnittlich hohes Einkommen und sind im konsumfreudigen Alterssegment. Dies geht aus einer aktuellen Marktforschungsstudie zu Terminfindungs-Plattformen im Internet hervor.*)

Die Schweizer kennen und nutzen Doodle nicht nur, sie lieben es auch

Offiziell beglaubigt sind auf Doodle 848'000 Unique Visitors aus der Schweiz (WEMF Net-Matrix, Juni 2009). Dies beschert dem hilfreichen Tool einen Platz unter den 20 meistbesuchten Webseiten in diesem Land. Laut aktueller Marktforschung*) kennen mehr als 62% der Schweizer Internetbevölkerung Doodle als Terminfindungsplattform. Offen gefragt – also ohne Antwortvorgaben – denken 43% bei Terminfindung zuerst an Doodle und positionieren das Tool damit klar vor Outlook (6%), Google Calendar (5%) und Facebook (4%). „Dass Doodle heute dermassen bekannt ist, erfreut mich überaus,“ kommentiert Doodles Marketingleiter Stefan Wirth die Studie. „Aber es kommt noch etwas hinzu: die Leute kennen und nutzen Doodle nicht nur – sie lieben es auch.“ Von den Doodle-Anwendern in der Befragung sind fast alle (99%) mit Doodle zufrieden, zwei Drittel sind mit der Plattform sogar sehr zufrieden (66%). So kommt es, dass auch fast alle User Doodle sympathisch finden (98%).

„Sehr einkommensstarke User-Gruppe“

Gemäss der gleichen Marktforschung haben Doodle-User einen hohen Bildungsgrad, sind stark in Kaderpositionen vertreten und verdienen überdurchschnittlich gut: Über die Hälfte der befragten Nutzer verfügen über ein Haushaltseinkommen von mehr als 8'000 CHF. Drei Viertel sind zwischen 20 und 50 Jahre alt. „Wir haben es hier auf unserem Gratisdienst mit einer äusserst einkommensstarken und konsumfreudigen Benutzergruppe zu tun,“ sagt Wirth. „Natürlich gibt es aber auch User, die lieber keine Werbung sehen möchten. Entsprechend gut laufen die beiden werbefreien Bezahldienste an, Premium Doodle für Liebhaber und Branded Doodle für Firmen,“ lässt sich Wirth in die Karten schauen.

Erfolgreicher Start während der Krise

„Vor einem Jahr wurden wir im Mediaumfeld noch als Sonderling wahrgenommen,“ zieht Wirth seine Bilanz aus dem ersten Jahr der professionellen Vermarktung von doodle.com. „Das sind wir immer noch, nicht zuletzt dank unserer ungewöhnlichen Brandingformate, die in unserem aufgeräumten Werbeumfeld gut zur Geltung kommen. Der grosse Unterschied zu den Anfängen ist: Wir wissen



heute genau, was die Werber wollen und was gut funktioniert – entsprechend verzeichnen wir ein erfreuliches monatliches Auftragsvolumen und sind wenigstens für den Monat September zu 100% ausgelastet.“

Über Doodle

Doodle bietet Lösungen an, um die Terminfindung stark zu vereinfachen. Der Basis-Dienst www.doodle.com ist das weltweit führende Online-Terminfindungs-Tool und hat in der Schweiz monatlich 848'000 Unique Visitors. Dieser Dienst ist gratis und erfordert weder Registrierung noch Software-Installation. *Branded Doodle* ist die Geschäftslösung für professionelle Terminkoordination und *Premium Doodle* das Liebhaber-Abo für Privatpersonen. Als Werbeplattform positioniert sich Doodle mit markanten Brandingformaten.

*) Über die Umfrage

Befragt wurde von der Marktforschungsabteilung der Tamedia im April 2009 ein repräsentatives Panel der Schweizer Internetbevölkerung (*ENK Internet*) sowie Doodle-User in einer zusätzlichen Onsite Befragung auf www.doodle.com. Die Onsite Befragung wurde nach der Schweizer Internetbevölkerung gewichtet. Insgesamt wurden 1643 Personen (Panel: N=726, Onsite: N=917) befragt.

Weitere Erkenntnisse aus der Umfrage

Mehr als die Hälfte (51%) der Internetnutzer, die Doodle kennen, nutzen es auch mindestens einmal im Monat. Bei der privaten Nutzung stehen die Koordination eines Essens mit Freunden oder Bekannten im Vordergrund (47%); im geschäftlichen Umfeld ist es eindeutig die Organisation von Geschäftstreffen und Meetings (82%). Mehr als die Hälfte (56%) verwenden Doodle auch oder ausschliesslich geschäftlich.

Weitere Informationen:

www.doodle.com/werben oder www.doodle.com/blog

Kontakt:

- Doodle AG
Tilman Eberle, VP PR & Communications * Tel.: +41 / (0)44 / 586 98 14 * Mail: the@doodle.com