

Presseinformation

Regionale Social Media-Studie des Greven's Adreßbuch-Verlags

Wenig Social Media-Erfahrung bei Köln-Bonner Unternehmen

Köln, 18. Juni 2010. Social Media als Werbform ist in der Region Köln-Bonn noch nicht sehr verbreitet. Dies hat eine Studie im Auftrag des Greven's Adreßbuch-Verlags ergeben, bei der die Werbetreibenden von 200 lokal ansässigen Unternehmen zu ihrer Einstellung zu sozialen Netzwerken befragt wurden. Das Ergebnis: Nur 13 Prozent der befragten Unternehmer nutzen Social Media für ihr Geschäft. Die übrigen 87 Prozent haben noch keinerlei Erfahrung mit Facebook, Twitter und Co.

Bereits 30 Millionen Deutsche über 14 Jahren sind Mitglied in mindestens einer Online Community (Quelle: Bitkom/Forsa 2010). Aus diesem Grund werden Plattformen wie Facebook oder Xing für werbetreibende Unternehmen immer attraktiver. In der Region Köln-Bonn spielt Social Media als Werbekanal jedoch noch keine große Rolle. Nur 31 Prozent der befragten Unternehmen planen, in Zukunft soziale Netzwerke für Werbezwecke zu nutzen. Der Rest steht dem Thema bislang eher ablehnend gegenüber. Besonders zurückhaltend gegenüber Twitter und Co. sind Handwerksunternehmen und Kammerberufe. Äußerst Social Media-affin sind hingegen Unternehmen aus der Medien- und Werbebranche. Aber auch die Freizeit- und Handelsbranche ist dem Thema gegenüber aufgeschlossen. Dabei sind es vor allem große Unternehmen (über 50 Mitarbeiter), die sich in sozialen Netzwerken bewegen. Darüber hinaus ist auch das Alter der Werbetreibenden ausschlaggebend für die Relevanz von Social Media: Wesentlich mehr junge Werbetreibende sind auf Facebook und Twitter aktiv, während die Ablehnung der älteren Befragten wesentlich höher ist.

Business-Plattform Xing bei Köln-Bonner Unternehmen der Favorit

In der Region Köln-Bonn ist Xing bei Unternehmern mit Abstand die beliebteste Social Media-Plattform. 64 Prozent der Social Media-Nutzer und -Interessierte sind auf dem internationalen Business-Network aktiv. Facebook wird hingegen nur von 20 Prozent, Twitter sogar von nur 8 Prozent genutzt. Die Gründe für die bisherige Zurückhaltung sind unterschiedlich. Während diejenigen, die dem Thema

aufgeschlossen gegenüber stehen, lediglich aus Zeitgründen noch nicht aktiv geworden sind, halten die übrigen Befragten Social Media häufig für ungeeignet für ihre Branche und ihre Zielgruppe. „Natürlich ist Social Media nicht für jedes Unternehmen ein geeignetes Marketing-Tool. Hier muss jeder Werbetreibende genau abwägen, welche Ziele er verfolgt und ob diese über Social Networks überhaupt erreicht werden können“, so Patrick Hünemohr, Geschäftsführer des Greven's Adreßbuch-Verlags.

Kölner Verlagshaus für Verzeichnismedien bietet Orientierungshilfe

Der Greven's Adreßbuch-Verlag, der in der Region unter anderem Das Telefonbuch und die Gelbe Seiten vertreibt, setzt sich schon lange mit dem Thema „Social Media“ auseinander. Dabei geht es dem Unternehmen vor allem darum, seinen Kunden zu helfen, sich im Web 2.0-Dschungel zurechtzufinden und Potenziale für deren Unternehmen aufzuzeigen. „Zwar ist den meisten unserer Kunden klar, dass sie im Rahmen von Social Media-Aktivitäten auch auf lokaler Ebene zur Neukundengewinnung und dem Imageausbau beitragen können – dass sie Facebook und Twitter beispielsweise aber auch zur Incentivierung oder zur Kundenbetreuung nutzen können, ist bisher den wenigsten bewusst, wie auch unsere Studie zeigt“, erklärt Patrick Hünemohr, der die Studie erstmals diesen Monat auf dem VDAV (Verband Deutscher Auskunft- und Verzeichnismedien e.V.) Branchentreff vorgestellt hat. „Hier möchten wir stärker informieren und den Werbetreibenden der Region eine Orientierungshilfe bieten.“ Aus diesem Grund hat der Greven's Adreßbuch-Verlag erst kürzlich gemeinsam mit der Medienakademie Köln die Broschüre „Twitter, Communitys & Co“ herausgebracht. Diese stellt heraus, wie Unternehmen insbesondere auf lokaler Ebene vom Web 2.0 profitieren können.

Die Broschüre „Twitter, Communitys und Co.“ ist online unter www.greven.de kostenfrei zu bestellen.

Die Greven's Adreßbuch-Verlag Köln GmbH & Co. KG ist einer der größten Fachverlage für Branchenverzeichnisse und Telefonbücher. Mit jährlich insgesamt 50 veröffentlichten Nachschlagewerken und rund 200 Mitarbeitern und 60 Mediaberatern gehört der Verlag bereits seit 1828 zu den wichtigsten Verlegern von Verzeichnismedien in Deutschland. Neben jeweils fünf Ausgaben von den Gelbe Seiten und Das Telefonbuch verlegt der Greven's Adreßbuch-Verlag in Kooperation mit der Deutschen Telekom Medien GmbH auch 23 Ausgaben des Lokalverzeichnisses Das Örtliche und 18 Ausgaben der Gelbe Seiten regional. Zusätzlich zu den klassischen Buchausgaben sind die Gelbe Seiten, Das Telefonbuch und Das Örtliche auch im Internet präsent. Darüber hinaus umfasst das Verlagsprogramm auch das Online-Wirtschaftsverzeichnis Firmen-Handbuch Köln, den Online Anzeigenmarkt annonce24.de, die lokale Suchmaschine suchen.de sowie

weitere Internetportale wie die Event- und Freizeitportale koeln-journal.de, bonn-journal.de und aachen-journal.de.

Medienkontakt:

Public Affairs PR Agentur GmbH · Christiane Bauch · Kamekestr. 21 · 50672 Köln ·
Tel. 0221/95 14 41-910 · Fax 0221/95 14 41-50 · E-Mail Christiane.Bauch@public-affairs.de