

Presseinformation

Umfrage im Auftrag des Greven's Adreßbuch-Verlages

KMUs: Online-Werbung dient zur Akquise, Social Media zur Vermarktung

Köln, 03. September 2013. Online-Werbung wird bei kleinen und mittelständischen Unternehmen vor allem zur Akquise bzw. zum Neukundengeschäft eingesetzt. Bei Social Media ist die Vermarktung der wichtigste Beweggrund. Dabei müssen Werbetreibende mit kleinem Budget haushalten. KMUs geben für Onlinewerbung im Schnitt 272 Euro im Monat aus, für Social Media Maßnahmen 143 Euro. Das ergab eine Studie von phaydon research + consulting im Auftrag des Greven's Adreßbuch-Verlages.¹

Rund 40 Prozent der KMUs nutzen Online-Werbemaßnahmen, knapp ein Viertel ist in sozialen Netzwerken unterwegs. Das ergab eine repräsentative Studie im Auftrag des Greven's Adreßbuch-Verlages. Von der Nutzung erhoffen sich die Unternehmen positive Effekte auf ihren Geschäftsbetrieb sowie auf das eigene Image. So steht bei den Beweggründen für den Einsatz von Online-Werbemaßnahmen die Akquise mit 58 Prozent auf Platz eins, gefolgt von Vermarktung (54 %) und Imagetransfer (53 %). Rund jedes dritte Unternehmen nutzt Online-Werbung außerdem zur Kundenbetreuung, jedes vierte setzt sie für Kundenincentives, z. B. in Form von Gutscheinen, ein. Unternehmen, die bislang keine Online-Werbung nutzen, aber grundsätzlich interessiert sind, sehen den größten Nutzen im Imagetransfer. Bei Social Media Marketing ist die Vermarktung mit 69 Prozent der wichtigste Beweggrund, gefolgt von Imagetransfer (65 %) und Akquise (63 %). Fast jedes zweite Unternehmen (43 %) nutzt die Sozialen Netzwerke darüber hinaus zur Kundenbetreuung, 31 Prozent für Kundenincentives. Auch hier legen Unternehmen, die Social Media bislang nicht nutzen, jedoch interessiert sind, einen anderen Schwerpunkt: Für sie steht das Neukundengeschäft mit 81 Prozent klar auf Platz eins.

¹ Befragt wurden 200 Unternehmen im Verlagsgebiet des Greven's Adreßbuch-Verlages mittels Computer Assisted Telephone Interview (CATI).

Maßnahmen sorgen für höhere Bekanntheit und mehr Kundenkontakte

Sowohl bei Online-Werbung als auch bei Social-Media-Maßnahmen ziehen die Nutzer unter den KMUs ein positives Résumé: 59 Prozent gaben an, mehr Kundenkontakte durch Online-Werbung zu erzielen, bei Social Media sind es sogar 61 Prozent. Auch die Bekanntheit steigt spürbar: 58 Prozent meinen, höhere Bekanntheit durch Online-Werbung zu erzielen, bei Social Media spüren 63 Prozent diesen Effekt. Fast jedes zweite Unternehmen gab außerdem Imagesteigerung als spürbaren Erfolg der Maßnahmen an. Mehr Abverkäufe konnten sowohl durch Online-Werbung als auch durch Social-Media-Marketing in jedem dritten Unternehmen erzielt werden. Vor allem im Social-Media-Bereich konnte außerdem mehr Kundennähe geschaffen werden (43 %). Knapp ein Viertel (24 %) der Befragten kann außerdem neue Geschäftsideen durch den Einsatz von Onlinewerbung ableiten, bei Social Media sind es sogar 29 Prozent.

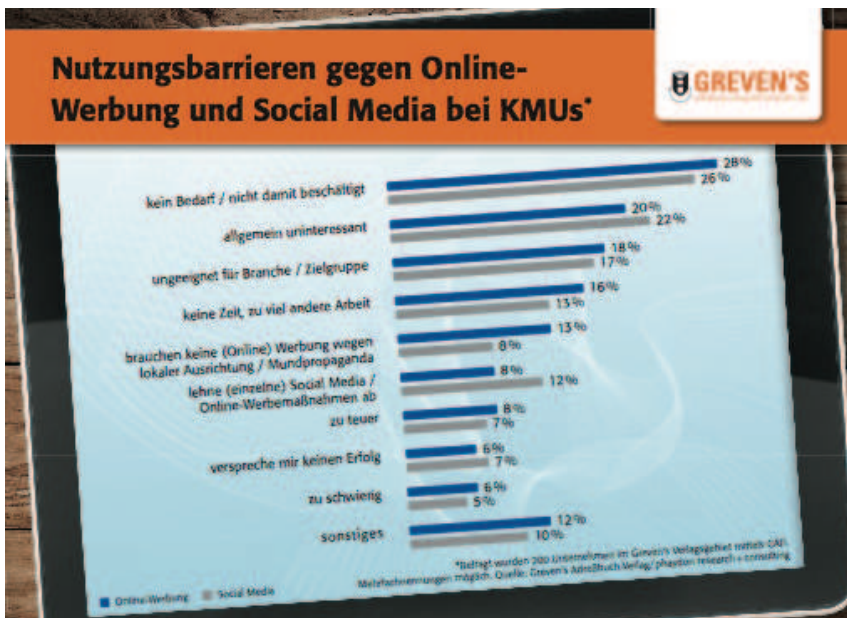
Trotz der positiven Effekte investieren KMUs wenig in die neuen Werbeformen. So liegen die durchschnittlichen monatlichen Ausgaben für Online-Werbung bei 272 Euro. 18 Prozent der Unternehmen investieren nicht mehr als 100 Euro. Lediglich acht Prozent investieren mehr als 500 Euro im Monat. Das Budget für Social Media ist fast um 50 Prozent geringer. Der Durchschnitt liegt hier bei 143 Euro. Mehr als jedes vierte Unternehmen (28 %) investiert bis zu 100 Euro im Monat.

Nichtnutzung häufig auf mangelndes Interesse zurückzuführen

Sowohl bei Social Media als auch bei Online-Werbung gab mehr als jedes vierte nichtnutzende Unternehmen an, keinen Bedarf zu haben, bzw. sich noch nicht mit dem Thema beschäftigt zu haben (28 % bei Onlinewerbung, 26 % bei Social Media). Rund jeder fünfte Befragte deklarierte die beiden Werbeformen als allgemein uninteressant für das Unternehmen. 18 Prozent finden Online-Werbung ungeeignet für ihre Branche und Zielgruppe, bei Social Media sind es 17 Prozent. „Ein alarmierendes Ergebnis“, findet Patrick Hünemohr, Geschäftsführer des Greven's Adreßbuch-Verlages. „Wer sich in der heutigen Zeit gegen die zunehmende Digitalisierung und neue Werbeformen sperrt, verschenkt lukrative Marktpotenziale. Gerade kleine Unternehmen können durch Online-Maßnahmen

große Effekte mit überschaubarem Budget erzielen“, so Hünemohr.

Aus diesem Grund bietet der Greven's Adreßbuch-Verlag, der sich als Spezialist für lokales Marketing versteht, seinen Kunden längst einen Rundum-Service an: von der eigenen kleinen Website, über Suchmaschinenoptimierung und -marketing bis hin zu Social-Media-Maßnahmen. Der kostenlose Google-Ranking- und Domainvergleich von Greven's ermittelt z. B. alle Top-Positionen einer Homepage und kann diese in direkten Vergleich zu Seiten von Mitbewerbern setzen. Das Tool bietet so eine gute Entscheidungsgrundlage für folgende Online-Marketing-Maßnahmen. Das Tochterunternehmen adora Media ist zusätzlich auf die Betreuung von KMUs spezialisiert und berät diese seit Anfang des Jahres als einer von 13 zertifizierten *Google AdWords*™ Premium-KMU-Partnern. „Viele unserer Kunden haben Ihre Budgets für die neuen Werbeformen deutlich angehoben, seitdem Sie diese gemeinsam mit uns getestet haben. Das zeigt ganz deutlich, dass Online-Werbung und Social Media für KMUs funktionieren“, resümiert Hünemohr.



Über den Greven's Adreßbuch-Verlag

Seit 1828 gehört die Greven's Adreßbuch-Verlag Köln GmbH & Co. KG zu den wichtigsten Verlegern von Verzeichnismedien in Deutschland und feiert in diesem Jahr ihr 185-jähriges Bestehen. Inzwischen hat der Verlag sein Portfolio stark erweitert: Neben insgesamt 54 veröffentlichten Branchenverzeichnissen und Telefonbüchern bestehend aus Gelbe Seiten, Das Telefonbuch sowie Das Örtliche und Gelbe Seiten regional bietet der Greven's Adreßbuch-Verlag seinen Kunden kompetente und umfassende Beratung rund um die Themen lokales Marketing, Website-Erstellung sowie Suchmaschinenmarketing und -optimierung. Weiterhin umfasst das Portfolio zahlreiche Online-Portale, darunter das Bewertungsportal GoLocal, das Branchen- und Telefonbuch GoYellow sowie das Event- und Freizeitportal koeln-journal.de. Auch die verlegten Verzeichnisse sind im Internet und mobil präsent.

Weitere Informationen finden Sie online unter:

www.greven.de



<http://www.facebook.com/grevens>



[@greven_de](https://twitter.com/greven_de)

Medienkontakt:

Public Affairs PR Agentur GmbH · Kirsten Vogt · Kamekestr. 21 · 50672 Köln

Tel. 0221/95 14 41-911 · Fax 0221/95 14 41-50 · E-Mail kirsten.vogt@public-affairs.de