

Presseinformation

Umfrage im Auftrag des Greven's Adreßbuch-Verlages

Potenzial neuer Werbeformen wird bei KMUs nur mäßig ausgeschöpft

Köln, 20. August 2013. Online-Werbung und Social Media werden bislang nur von jedem zweiten kleinen oder mittleren Unternehmen genutzt. Das ergab eine Studie von phaydon research + consulting im Auftrag von Greven's Adreßbuch-Verlag.¹ Dabei erfährt Online-Werbung mit 40 Prozent aktueller Nutzung den größten Zuspruch, gefolgt von Social Media mit 25 Prozent. Mobile Marketing steckt noch in den Kinderschuhen. Nur 13 Prozent der befragten Unternehmen nutzen mobile Werbemaßnahmen.

Die Digitalisierung schreitet in schnellen Schritten voran. Mit ihr einher gehen neuartige Werbeformen – von Google AdWords über die Darstellung des eigenen Unternehmens in Sozialen Netzwerken bis hin zu mobilen Werbeformen für Smartphones und Tablets. Doch wie werden diese neuen Möglichkeiten von kleinen und mittelständischen Unternehmen angenommen? Der Greven's Adreßbuch-Verlag, Spezialist für lokales Marketing, wollte es genauer wissen und beauftragte eine Studie bei 200 KMUs. Das Ergebnis: Rund 40 Prozent der befragten Unternehmen nutzten Online-Werbemaßnahmen, knapp ein Viertel ist in Sozialen Netzwerken unterwegs. Im Bereich Social Media hat sich der Anteil der Nutzer damit im Vergleich zu 2010 nahezu verdoppelt (2010: 13 %). Auffällig ist, dass der Großteil der Nichtnutzer eine bewusste Entscheidung gegen den Einsatz der neuen Werbemöglichkeiten gefällt hat. Knapp drei Viertel (72 %) der Nichtnutzer von Online-Werbung lehnen diese Maßnahmen ausdrücklich ab, bei Social Media sind es sogar 79 Prozent. Stichhaltige Argumente scheint es für die Ablehnung jedoch wenige zu geben: So ist ein Großteil (77 %) der Unternehmen, die Social Media bereits nutzen, mit den Ergebnissen zufrieden. Der Bereich Mobile Marketing ist bei KMUs noch größtenteils unerforscht. Nur 13 Prozent aller befragten Unternehmen gaben an, mobile Werbemedien zu nutzen. Generell sind Unternehmen aus den

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

Branchen Medien und Werbung, Gastronomie und Hotel sowie Shopping und Freizeit den neuen Werbeformen gegenüber besonders aufgeschlossen. Kammerberufe, die Finanz- und Versicherungsbranche sowie das Handwerk nutzen sie hingegen kaum.

Junge Entscheider sind aufgeschlossen für neue Werbemaßnahmen

Generell finden die neuen Werbemöglichkeiten vor allem bei jüngeren Entscheidungsträgern unter 45 Jahren Anklang. So nutzen 52 Prozent der 20- bis 34-jährigen Online-Werbung für ihr Unternehmen. In der Altersklasse ab 55 Jahren sind es nur noch 35 Prozent. Im Social Media Bereich liegt die Nutzungsquote der Werbetreibenden bis 34 Jahren bei 35 Prozent, zwischen 35 und 44 Jahren sogar bei 41 Prozent. Ältere Entscheider lehnen Social Media Maßnahmen überwiegend ab (45 – 54 Jahre: 18 % Nutzung, 55 – 86 Jahre: 9 % Nutzung).

SEA und Facebook führen die Maßnahmenliste an

Im Bereich Onlinewerbung setzen die meisten Unternehmen auf Suchmaschinenmaßnahmen. 59 Prozent gaben an, Suchmaschinenmarketing (SEA) zu betreiben, 55 Prozent bringen ihr Unternehmen durch Suchmaschinenoptimierung (SEO) voran. Auf Platz drei folgt Werbung in Verzeichnismedien, wie gelbeseiten.de oder dastelefonbuch.de (40 %). Dahinter liegt Bannerwerbung mit 25 Prozent. Jedes fünfte Unternehmen setzt auf Ratgeber- und Bewertungsportale. In den sozialen Medien heißt der klare Favorit Facebook. Drei Viertel der Unternehmen, die soziale Medien nutzen, sind auf Facebook präsent. Weit abgeschlagen folgen Xing (33 %), Ratgeber- und Bewertungsportale (29 %), YouTube (27 %), Twitter (20 %) und LinkedIn (16 %).

Chancen nutzen, Potenzial ausschöpfen

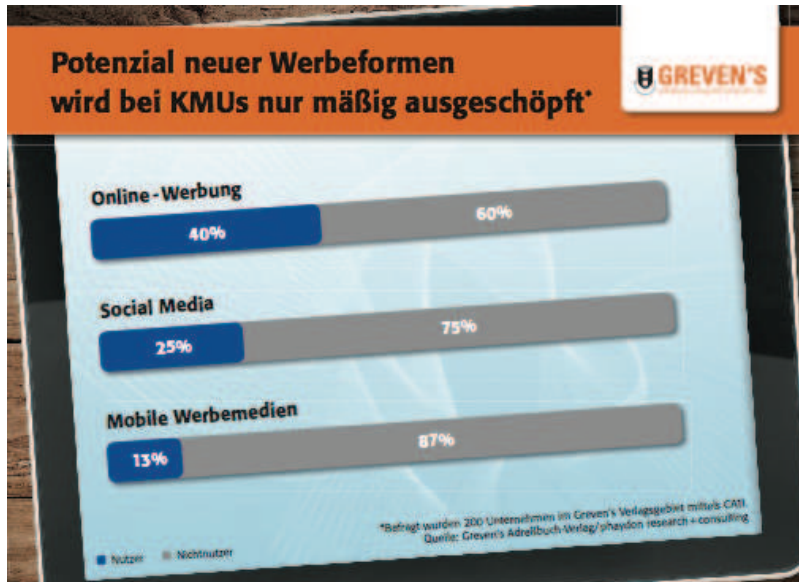
„Die Umfrageergebnisse zeigen deutlich, dass Onlinewerbung, Social Media und Mobile Marketing von kleineren Unternehmen häufig unterschätzt werden“, kommentiert Patrick Hünemohr, Geschäftsführer des Greven's Adreßbuch-Verlages, die Studien-Ergebnisse. „Viele Entscheider denken, dass sich diese Maßnahmen nur für große Unternehmen eignen, dabei kann gerade mit gezielten Onlinemaßnahmen kostengünstig großes Potenzial ausgeschöpft werden.“ So bietet

der Greven's Adreßbuch-Verlag seinen Kunden neben Print-, Online- und Mobile-Einträgen in Verzeichnismedien auch professionell gestaltete Websites, Suchmaschinenmaßnahmen sowie Social Media Maßnahmen an. 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 berät KMUs außerdem seit diesem Jahr als einer von 13 zertifizierten *Google AdWords*™ Premium-KMU-Partnern. „Online- und Social-Media-Marketing sind unverzichtbar für die Auffindbarkeit des eigenen Unternehmens in der lokalen Suche. Ein erstrebenswertes Ziel, wenn man bedenkt, dass rund 70 Prozent aller Ausgaben im Umkreis von gut acht Kilometern um das eigene Zuhause getätigt werden“, 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.

Bildmaterial:



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