

KMU lassen ihre Websites brach liegen

Greven Medien-Auswertung: Über 80 Prozent kleiner und mittelständischer Unternehmen haben ihre Website 2014 nicht aktualisiert

Köln, 9. März 2015. Veraltete News oder nicht mehr aktuelle Ansprechpartner sind für Besucher von Unternehmenswebsites längst keine Seltenheit. Rund 84 Prozent der analysierten kleinen und mittelständischen Unternehmen haben ihre Website im vergangenen Jahr nicht aktualisiert. Dieses ernüchternde Ergebnis zeigt Greven Medien in einer Auswertung von 70.000 Unternehmenswebsites. Doch nicht nur der Internetauftritt der Unternehmen selbst liegt brach, auch Aktivitäten in Social Media-Kanälen werden vernachlässigt.

Vor dem Schritt ins Geschäft machen Verbraucher sich heutzutage lieber online auf der unternehmenseigenen Website ihr erstes Bild. Was sie vorfinden, ist ein häufig veralteter Internetauftritt. Die Folge: Potenzielle Kunden entscheiden sich für die onlineaffinere Konkurrenz. Insgesamt hat Greven Medien über 70.000 Websites von kleinen und mittelständischen Unternehmen in seinem Verlagsgebiet rund um Köln, Bonn, Leverkusen, Koblenz und Aachen ausgewertet und mit den Vorjahreszahlen verglichen. Im Fokus standen Aktualität und Einbindung von Social Media-Kanälen. Das ernüchternde Ergebnis: Rund 84 Prozent der Unternehmen haben ihre Website 2014 nicht aktualisiert. Ein verkanntes Potenzial, denn tagesaktuelle Informationen zu Produkten und Dienstleistungen sowie regionale Angebote sind gefragt. Die Auswertung verdeutlicht: Viele Unternehmen verkennen noch immer die Chancen und Vorteile der Onlinewelt. Wer auf seiner Website nicht direkt und aktuell auf seine Zielgruppe eingeht, dem gehen potenzielle Kunden verloren. „Die Visitenkarte von heute ist die Website. Unternehmen müssen die Relevanz des digitalen Aushängschildes dringend erkennen“, betont Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien.

Möglichkeiten in sozialen Medien bleiben ungenutzt

Auch die Einbindung von Social Media hat im vergangenen Jahr nur wenig an Akzeptanz gewonnen. Zwar laden zunehmend mehr Unternehmen ihre Kunden zum Liken, Teilen und Kommentieren ein, doch die Entwicklungen gehen nur langsam voran. Nur in 4,6 Prozent (2013: 4,0 %) der Websites ist ein Twitter-Account

eingebunden, Google Plus kommt auf gerade einmal auf 3,6 Prozent (2013: 1,7 %). Auch der Spitzenreiter Facebook erreicht lediglich 11,6 Prozent (2013: 8,9 %). „Unternehmen bezweifeln, dass sich der Mehraufwand unter dem Strich auszahlt. Dabei sind Facebook, Google+, Xing und Twitter das ideale Sprachrohr“, erklärt Patrick Hünemohr.

Social Media als Chance für lokales Marketing

Gerade die Einbindung von Facebook bietet neue Chancen im lokalen Marketing. Das Netzwerk wandelt sich aktuell zum idealen Kanal für kleine und mittelständische Unternehmen. „Durch Facebook können zufriedene Kunden an das Unternehmen gebunden und Aufmerksamkeit für Produkte und Dienstleistungen erhöht werden. Kunden werden tiefgreifend und detailliert angesprochen“, erklärt Patrick Hünemohr. Viele Unternehmen nutzen bereits Google AdWords-Kampagnen, um Kontakte im Internet zu generieren. Doch auch Facebook hat das Portfolio für seine Kunden verbessert. Suchparameter zur lokalen Aussteuerung eröffnen neue Möglichkeiten im lokalen Marketing. Unternehmen können Werbebotschaften für Produkte oder Dienstleistungen jetzt optimal regional anvisieren. Relevante Zielgruppen werden so genau erreicht. „Gut geplant und geschickt umgesetzt bietet Facebook-Werbung heutzutage für Unternehmen eine ideale Möglichkeit, ihre bereits etablierten Werbemaßnahmen um digitale Ansprachemodelle zu erweitern und die Online-Reichweite signifikant zu steigern“, so Patrick Hünemohr.

Lokales Marketing funktioniert nur mit richtigem Mix

Greven Medien bietet seinen Kunden daher einen 360-Grad-Ansatz, bei dem alle Maßnahmen auf ein Ziel gerichtet sind: Relevante Reichweite für lokal agierende Unternehmen zu generieren. So ergänzen sich Einträge in den Verzeichnissen Gelbe Seiten, Das Örtliche und Das Telefonbuch ideal mit Suchmaschinenmarketing sowie mobile Marketing-Maßnahmen. Natürlich immer auf Basis einer gut strukturierten Website, deren Erstellung und Pflege ebenfalls von Greven Medien angeboten wird. Patrick Hünemohr erklärt: „Unternehmen sollten noch mutiger werden und gerade im Online-Marketing neue Möglichkeiten ausprobieren – nicht, um alte Modelle zu ersetzen, sondern um diese wirkungsvoll zu ergänzen. Und zwar mit gezielten Online-Maßnahmen, dort wo die Zielgruppe sich aufhält.“

Über die Greven Medien GmbH & Co. KG

Die Greven Medien GmbH & Co. KG ist bereits seit 1828 Partner für Unternehmen im lokalen Marketing. Als 360-Grad-Dienstleister bietet Greven kompetente Beratung bei lokalem Marketing im On- und Offline-Bereich sowie weitere Services, wie die Website-Erstellung, Suchmaschinenwerbung und -optimierung sowie Social-Media-Angebote. Greven Medien pflegt etwa 40.000 Kundenbeziehungen im Rheinland.

Weitere Informationen finden Sie online unter:



www.greven.de



[greven.de/facebook](https://www.facebook.com/greven.de)



[greven.de/twitter](https://www.twitter.com/greven.de)



[greven.de/google+](https://www.google.com/+greven.de)

Medienkontakt:

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

Tel. 0221/95 14 41-911/ -49 Fax 0221/95 14 41-911 / -50 · E-Mail kirsten.vogt@public-affairs.de

/ marc.pfeil@public-affairs.de