

## **Öffnungszeiten, Preisliste und Kontaktdaten: Kunden erwarten klare Informationen auf Unternehmenswebsites**

Aktuelle GfK-Umfrage von Greven Medien zeigt: Eine Website ist nur die halbe Miete. Gefragt sind relevante Informationen.

**Köln, 12. November 2015. Viele Menschen informieren sich heutzutage vor dem Kauf im Internet. Dabei sind die Ansprüche an das Informationsangebot auf Websites hoch. Neun von zehn Kunden erwarten, online Öffnungszeiten vorzufinden. Auch Preislisten und Kontaktdaten sind gefragt. Über die Hälfte der Deutschen erwartet zudem eine Anfahrtsskizze. Das hat Greven Medien in einer repräsentativen GfK-Umfrage<sup>1</sup> herausgefunden, in der speziell nach kleineren Unternehmen, etwa einer Arztpraxis, einem Restaurant oder Ladengeschäft, gefragt wurde. Ein informativer und strukturierter Onlineauftritt ist daher von hoher Relevanz. Fehlt die Website ganz, gilt das Unternehmen als nicht zeitgemäß (48,1 %), im schlimmsten Fall sogar als unprofessionell (25,4 %).**

Die Onlinewelt beeinflusst zunehmend das Kaufverhalten der Menschen. Die besten Produkte bringen nichts, wenn ein Unternehmen sich online lückenhaft präsentiert. Greven Medien zeigt mit einer repräsentativen GfK-Umfrage, dass Kunden genaue Vorstellungen haben, welche Informationen online vorzufinden sein sollten. Neun von zehn Personen suchen im Internet nach Öffnungszeiten (91,7 %). Unabhängig vom Geschlecht, Alter oder Einkommen – Öffnungszeiten sind die meistgewünschte Information, denn vor verschlossenen Türen möchte schließlich niemand stehen. Auch über Preise der jeweiligen Produkte informieren sich die Deutschen gern vorab (79,1 %). Besonders ausgeprägt ist das Preisbewusstsein bei den 14- bis 19-Jährigen. 96 Prozent in dieser Altersgruppe suchen online nach Preisen. Bei den 20- bis 29-Jährigen sind es bereits 17 Prozent weniger, bei der Altersgruppe ab 50 Jahren sogar 20 Prozent. Auch auffällig: Das Preisbewusstsein bei Frauen scheint ausgeprägter als bei Männern. Während Preislisten für Frauen das zweitwichtigste Kriterium sind (83,5 %), folgen sie bei Männern erst an fünfter Stelle (75,1 %). Auch

---

<sup>1</sup> Bundesweite repräsentative GfK-Online-Umfrage unter 500 Frauen und Männern ab 14 Jahren.

Haushalte mit drei, vier oder mehr Personen achten mit Werten über 80 Prozent besonders stark auf die zu erwartenden Kosten.

### **Kontaktaufnahme erwünscht**

Neben Öffnungszeiten oder Preislisten legen Kunden auch Wert darauf, mit einem Unternehmen in Kontakt treten zu können. So sind konkrete Kontaktdaten oder auch ein Kontaktformular (77,3 %) und exakte Adressdaten (77,2 %) gefragt. Auch eine Übersicht des Produkt- oder Dienstleistungsportfolios lockt potenzielle Kunden schneller ins Geschäft (76,7 %). Entscheidend ist dies vor allem für Unternehmen in der Großstadt mit mehr als 100.000 Einwohnern. Mindestens 80 Prozent der Großstädter erkundigen sich auf der Website über Dienstleistungen und Produkte (81,1 %). Gehen Unternehmen online mit ihrem Angebot transparent um, erleichtern sie Kunden vor dem Kauf die Entscheidung.

### **Die Website als digitales Schaufenster**

Die Website wird nicht nur für harte Fakten genutzt, sondern auch, um sich ein Bild vom Unternehmen zu machen. Über die Hälfte der Kunden will Bilder zu den Produkten und Dienstleistungen (57,6 %) oder Fotos und Videos zum Unternehmen selbst (40,0 %) auf der Website vorfinden. Eine wichtige Rolle spielen auch Bewertungen (29,7 %), die dem Kunden Erfahrungswerte von Vorgängern widerspiegeln. Vertrauen beim Kunden können zum Beispiel Angaben von Referenzen auf der Unternehmenswebsite aufbauen. So setzt knapp ein Drittel der Deutschen und insbesondere Frauen mit 36,9 Prozent darauf. Nicht zu unterschätzen sind ebenfalls Links zu Social Media Kanälen. Kunden können so gleich zu Facebook und Co. weitergeleitet werden. „Die Website ist die digitale Visitenkarte von heute und gilt inzwischen als Selbstverständlichkeit. Insbesondere gut gepflegt sollte sie sein. Kleine und mittelständische Unternehmen sollten dies nicht verkennen“, erklärt Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien. Das Kölner Unternehmen ist Spezialist für lokales Marketing und zeigt mit seiner GfK-Umfrage, dass Unternehmen ihre Website als digitales Schaufenster nutzen können. Fehlt diese, hält jeder zweite Deutsche das Unternehmen für nicht zeitgemäß (48,1 %). „Unternehmen, die auf eine Website verzichten, nehmen einen Imageverlust in Kauf“, resümiert Hünemohr.

### 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 über 30.000 Kundenbeziehungen im Rheinland.

Weitere Informationen finden Sie online unter:



[greven.de](http://greven.de)



[www.greven.de/facebook](http://www.greven.de/facebook)



[greven.de/twitter](http://greven.de/twitter)



[greven.de/google+](http://greven.de/google+)

### Medienkontakt:

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

Tel. 0221/95 14 41-911 / -61 · Fax 0221/95 14 41 / -50 · E-Mail [kirsten.vogt@public-affairs.de](mailto:kirsten.vogt@public-affairs.de) /

[carolin.lohmann@public-affairs.de](mailto:carolin.lohmann@public-affairs.de)