

Unternehmensbefragung im Auftrag von Greven Medien

Social Media Nutzung bei KMU innerhalb von fünf Jahren verdreifacht

Köln, 14. Dezember 2015. Den Wert digitaler Werbemaßnahmen erkennen zunehmend auch kleine und mittelständische Unternehmen (KMU). Insbesondere die Nutzung von sozialen Medien ist in den vergangenen fünf Jahren stark angestiegen. 38 Prozent aller befragten Unternehmen geben an, Social Media als digitale Werbemaßnahme einzusetzen. Mit Erfolg: Dreiviertel der Unternehmen sind zufrieden mit den erzielten Ergebnissen. Das geht aus einer repräsentativen Umfrage unter kleinen und mittelständischen Unternehmen im Auftrag von Greven Medien hervor.¹

Kleine und mittelständische Unternehmen haben soziale Medien als wirkungsvolles Marketinginstrument für sich entdeckt. 38 % aller befragten Unternehmen nutzen bereits einen oder mehrere Social Media Kanäle. Klarer Spitzenreiter ist dabei Facebook. 99 % aller Unternehmen mit Social Media Nutzung setzen auf das weltweit größte soziale Netzwerk. Es folgen Google+ (39 %), Xing (34 %), YouTube (25 %) und Twitter (24 %). Zurückhaltend geben sich die Unternehmen bei Bildportalen wie Flickr (3 %), Pinterest (4 %) und Instagram (8 %). Insgesamt hat sich die Social Media Nutzung in den vergangenen fünf Jahren verdreifacht: 2010 setzten lediglich 13 Prozent der KMU auf soziale Medien, 2013 waren es bereits 25 %. Trotz der starken Entwicklung liegen soziale Medien aktuell auf Platz drei der digitalen Werbemaßnahmen und damit hinter der eigenen Unternehmenswebsite (81 %) und Online-Werbemaßnahmen wie Bannerwerbung (45 %). Noch in den Kinderschuhen steckt die Nutzung von Mobile Marketing mit 16 %. Das ergab eine repräsentative Befragung von 200 kleinen und mittelständischen Unternehmen im Auftrag des Lokalmarketingexperten Greven Medien.

Social Media kein Wundermittel, aber wirkungsvolles Instrument

Die Ergebnisse der gestiegenen Social Media Nutzung können sich sehen lassen: Dreiviertel der Unternehmen sind zufrieden mit ihren Aktivitäten – und das, obwohl mehr als die Hälfte der Unternehmen nach eigenen Angaben gerade einmal 100 Euro im Monat für Social Media aufwendet (51 %). Trotz guter Ergebnisse zeigt die

¹ Befragt wurden 200 kleine und mittelständische Unternehmen. Die Befragung wurde von phaydon research+consulting im Auftrag von Greven Medien durchgeführt.

Studie auch, dass teils überhöhte Erwartungen an das Instrument gestellt werden. So hoffen jeweils mehr als 80 Prozent der Befragten, ihre Bekanntheit zu steigern, ein positives Image zu erlangen, Kontakte zu generieren, neue Kunden zu gewinnen, näher am Kunden zu sein, mit der Zeit zu gehen und Kunden aktuell zu informieren. Fast 60 Prozent aller Unternehmen erhoffen sich eine direkte Steigerung der Abverkäufe durch Social Media. „Marketing-Maßnahmen in sozialen Medien können sich in vielerlei Hinsicht positiv auf den Geschäftserfolg auswirken. Trotzdem ist Social Media nicht das Allheilmittel. Erst im richtigen lokalen Marketing-Mix kann sich die Wirkung optimal entfalten“, gibt Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien zu bedenken. Die größten tatsächlichen Erfolge verzeichnen Unternehmen laut Studie in puncto Bekanntheit (72 %), der Möglichkeit Kunden auf dem aktuellsten Stand zu halten (68 %) sowie hinsichtlich der Neukundengewinnung (67 %).

Social Media geschickt in lokale Marketingstrategien einbetten

Auch wenn Social Media nicht jede unternehmerische Herausforderung lösen kann, so wandeln sich die sozialen Medien gerade zum idealen Kanal für kleine und mittelständische Unternehmen. „Geschickt eingesetzt gibt es hier richtig viel zu holen“, betont Patrick Hünemohr. So hat beispielsweise Facebook inzwischen Suchparameter zur lokalen Aussteuerung von Werbeanzeigen eingeführt und eröffnet damit Unternehmen vollkommen neue Möglichkeiten im lokalen Marketing. Eine Werbebotschaft für ein Produkt oder eine Dienstleistung kann jetzt optimal platziert werden, sodass sie genau die relevante Zielgruppe im lokalen Umfeld erreicht. „Social Media Marketing ist eine tolle Möglichkeit für Unternehmen, ihre bereits etablierten Werbemaßnahmen um digitale Ansprachemodelle zu erweitern und die Online-Reichweite noch einmal deutlich zu steigern. Man kann es für 2016 auch so zusammenfassen: Social Media wird für KMU eine lokal relevante Kontaktmaschine auf der Jagd nach relevanten Kontakten“, 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



www.greven.de/facebook



greven.de/twitter



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 /
carolin.lohmann@public-affairs.de