

Greven Medien untersucht Auswirkungen veränderter Mediennutzung auf Marketing
**Nutzung digitaler Werbemaßnahmen steigt weiter – Fokus auf
Websites und Social Media**

Köln, 9. Juni 2016. Digital oder analog – Die Mehrheit der befragten Unternehmen setzt auf einen Marketingmix, wobei die Nutzung digitaler Werbemaßnahmen weiter ansteigt. Vor allem die Bereiche Social Media (plus 13 %) und Online-Werbemaßnahmen (plus 5 %) wuchsen in den vergangenen zwei Jahren. Die Skepsis gegenüber Mobile Marketing bleibt hoch. Das geht aus einer repräsentativen Umfrage unter kleinen und mittelständischen Unternehmen im Auftrag von Greven Medien hervor.¹

Digitale Werbemaßnahmen stoßen auf unterschiedliche Akzeptanz bei den Werbetreibenden. So ist eine eigene Unternehmens-Website mittlerweile Standard: 81 % der Befragten nutzen dieses Instrument und mehr als die Hälfte der Befragten (56 %) hat ihre Website für mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets optimiert. Schließlich griffen im letzten Jahr fast 31 Millionen User (55 %) von unterwegs auf Netzinhalte zu.² Auch Online-Werbemaßnahmen, wie Suchmaschinenmarketing inklusive der Suchmaschinenoptimierung (68 %), kurz SEO (Search Engine Optimization) und Verzeichnismedien (64 %) sowie Social Media (38 %) werden häufig von den Unternehmen für Marketingzwecke genutzt. Mobile Marketing ist mit lediglich 16 % weit weniger akzeptiert und noch ein Nischenmarkt. Hier bleibt ein enormes Potenzial ungenutzt, erklärt Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien: „Mobile Marketing eröffnet Unternehmen einen effektiven Vertriebskanal, der ihnen den direkten Kontakt zum Kunden mit geringen Streuverlusten bietet. Speziell die Aussendung von mobilen Nachrichten im Umkreis zum Unternehmensstandort bietet ein riesiges Potenzial und kann für deutlich mehr Kundenfrequenz in Ladenlokalen und bei Dienstleistungsanfragen sorgen!“ Wie die Umfrage zeigt, sind 78 % der Kunden mit den Ergebnissen, die sie mit Mobile Marketing erzielt haben, zufrieden. So gab jeweils die Hälfte der Befragten an, durch Mobile Marketing neue Kunden hinzugewonnen und eine höhere Bekanntheit erreicht zu haben. Unternehmer, die

¹ Befragt wurden 200 kleine und mittelständische Unternehmen. Die Befragung wurde von phaydon research+consulting im Auftrag von Greven Medien in den Jahren 2013 und 2015 durchgeführt.

² <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/>

Mobile Marketing einsetzen, nutzen inzwischen auch Suchmaschinenwerbung (53 %), QR-Codes (38 %) und Apps (31 %). Abschreckend auf Skeptiker wirken der nötige Zeit- und Budgetbedarf bei einem für sie nur schwer zu erkennenden Mehrwert der Maßnahmen. Außerdem befürchten 40 %, dass ihre Firma dafür zu klein sei.

Hohe Relevanz, niedriges Budget

Obwohl 76 % der Unternehmen überzeugt sind, dass Online-Werbemaßnahmen, Social Media und Mobile Marketing in Zukunft immer wichtiger werden, liegt das eingesetzte Budget für diese Werbemöglichkeiten insgesamt auf einem sehr niedrigen Niveau. Zwar verfügt ein Fünftel der befragten Unternehmen immerhin über ein Budget von insgesamt 101 bis 250 Euro pro Monat für alle Marketing- und Werbemaßnahmen. Der Mehrheit – 26 % der Befragten – steht jedoch nur eine Summe von bis zu 100 Euro pro Monat zur Verfügung. Hiervon entfallen 15 % auf Online-Werbemaßnahmen, 20 % auf Social Media sowie 8 % auf Mobile Marketing.

Am stärksten hat die Nutzung von Social Media zugenommen. Lehnten 2013 noch 79 % der Unternehmen Social Media ab, hat sich der Anteil der Unternehmen, die Social Media nutzen, in den vergangenen fünf Jahren verdreifacht, wobei die Unternehmen vor allem auf Facebook setzen (99 %). Google+, Xing, YouTube und Twitter spielen nur eine untergeordnete Rolle. Widersprüchlich ist, dass viele Unternehmen bereits über einen eigenen Facebook-Auftritt verfügen, der für Social Media Maßnahmen zur Verfügung stehende Etat bei mehr als der Hälfte der Umfrageteilnehmer jedoch mit bis zu 100 Euro im Monat sehr niedrig ist. Zum Vergleich: 2013 lag das durchschnittliche Social Media Budget bei 143 Euro.

Erfolgreich durch digitale Werbemaßnahmen

Insgesamt ist der Einsatz von Online-Werbemaßnahmen, Social Media und Mobile Marketing durchaus erfolgversprechend für die Unternehmen. So geben 76 % an durch Online-Werbemaßnahmen neue Kunden hinzugewonnen zu haben. Eine höhere Bekanntheit verdanken 72 % ihren Social Media Aktivitäten und 63 % konnten dank Mobile Marketing ihre Kunden über aktuelle Aktionen informieren. Nur weniger als 10 % konnten überhaupt keinen Effekt feststellen.

In der Gesamtbetrachtung haben im Vergleich zu 2013 alle Instrumente digitaler Werbemaßnahmen an Akzeptanz hinzugewonnen. Die Unternehmen scheinen das enorme Potenzial dahinter also zumindest teilweise erkannt zu haben: Digitale Werbemaßnahmen bieten nicht nur die klassische Werbewirkung analoger Maßnahmen, wie Aufbau von Bekanntheit und Image, Gewinnung und Pflege von Kontakten und Kunden, sondern auch die Möglichkeit, mit der Zeit zu gehen und die Kunden individuell in ihrem Alltag anzusprechen. „Sozial, lokal, mobil – diese Schlagwörter beschreiben die Grundpfeiler, auf die erfolgreiches Marketing heute bauen sollte. Der Internetnutzer muss überall und in Echtzeit in seinem individuellen Lebenskontext erreicht werden, am besten mit einer personalisierten Botschaft, die von ihm als Mehrwert in seiner derzeitigen Situation empfunden wird.“, ist Patrick Hünemohr überzeugt. „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 weiter.

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:

Counterpart Group GmbH · Carolin Lohmann / Juliane Sonntag · Kamekestr. 21 · 50672 Köln ·
Tel. 0221/95 14 41 61 · Fax 0221/95 14 41-50 · E-Mail carolin.lohmann@counterpart.de /
juliane.sonntag@counterpart.de