

## **Vorurteile beim Einsatz digitaler Werbemaßnahmen**

Vermeintliche Nutzungsbarrieren hindern KMU daran digitaler zu werden

**Köln, 10.10.2017. Digitale Werbemaßnahmen sind aus dem Marketing Mix moderner Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Dennoch stoßen nicht alle digitalen Werbeformen bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) auf Akzeptanz. Während eine Unternehmenswebsite mittlerweile zum Standard gehört, sprechen bei anderen digitalen Maßnahmen immer noch vermeintliche Nutzungsbarrieren bei den Befragten gegen ihre Anwendung. Grund der Skepsis: Viele der KMU wissen gar nicht, welche Potenziale hinter den Maßnahmen stecken. Was dabei die sechs größten Bedenken sind, zeigt eine aktuelle repräsentative Umfrage unter kleinen und mittelständischen Unternehmen im Auftrag von Greven Medien.<sup>1</sup>**

Obwohl die Mehrheit der befragten KMU (68 %) die Relevanz digitaler Werbemaßnahmen grundsätzlich als hoch einschätzt, ist das Nutzungsniveau sehr unterschiedlich. Die unternehmenseigene Website gehört mittlerweile bei den Nutzern digitaler Werbemaßnahmen zum Standard (80 %). Daneben werden Online-Werbemaßnahmen, wie SEO und Verzeichniswerbung am häufigsten angewendet (39 %), dicht gefolgt von Social Media Maßnahmen (32 %). Mobile Marketing ist dagegen bei den Nutzern deutlich weniger verbreitet (17 %) und ein eigener Webshop ist die Ausnahme (7 %). Die Nutzungsmotive bei dem Einsatz digitaler Werbemaßnahmen sind klassische Ziele wie Bekanntheitssteigerung (88 %) und Image-Aufbau (82 %). Die Mehrheit der Nutzer digitaler Werbemaßnahmen ist von den erzielten Ergebnissen überzeugt. Mobile Marketing Maßnahmen sind zwar bei den befragten KMU noch sehr gering verbreitet, diejenigen, die es nutzen, sind aber mit den erzielten Ergebnissen sehr zufrieden (76 %). Vor allem bei kleinen und mittelständischen Unternehmen gibt es immer noch große Bedenken was die Nutzung digitaler Werbemaßnahmen angeht. Die sechs Hauptgründe für die Bedenken und wie sich diese beseitigen lassen, erklärt Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien und Experte, wenn es um lokales und digitales Marketing geht.

---

<sup>1</sup> Befragt wurden 200 kleine und mittelständische Unternehmen. Die Befragung wurde von phaydon research+consulting im Auftrag von Greven Medien 2017 durchgeführt.

### **1.) Digitale Werbemaßnahmen erreichen lokalen Kundenstamm nicht**

Viele KMU nennen ihren lokalen Kundenstamm als Hauptgrund für die Nichtnutzung digitaler Werbemaßnahmen. Sie sind der Meinung, dass es bei lokal ansässigen Kunden nicht nötig sei digitale Werbemaßnahmen umzusetzen. Fast die Hälfte der Befragten (48 %), die keine digitalen Werbemaßnahmen nutzen, hat deshalb noch keine eigene Unternehmenswebsite und 31 Prozent hindert dies daran Social Media Maßnahmen für ihr Unternehmen umzusetzen. „Auch der potenzielle Kunde von Nebenan holt sich seine ersten Informationen zu Unternehmen in seiner Nähe zunächst via Google oder Facebook, bevor er dort anruft oder vorbeifährt. Und vor allem Mobile Marketing und Social Media Ads lassen sich örtlich ganz gezielt und individuell auf die zu erreichende Zielgruppe abstimmen,“ weiß der Lokalmarketing-Experte Hünemohr.

### **2.) Zu klein für digitale Werbemaßnahmen**

Über ein Viertel der befragten Unternehmen, die digitale Maßnahmen nicht nutzen, schätzen die Größe ihres Unternehmens für Online-Werbemaßnahmen als zu klein ein. Für 28 Prozent ist die Unternehmensgröße der ausschlaggebende Grund kein Mobile Marketing zu betreiben und 19 Prozent scheuen sich deshalb vor dem Aufbau eines eigenen Webshops. „Wenn es um digitale Werbemaßnahmen geht, ist es unerheblich, ob es sich um einen Ein-Mann-Betrieb oder ein mittelständisches Unternehmen handelt. Entscheidend ist die Zielgruppe und wie man diese optimal erreicht,“ erklärt Hünemohr weiter.

### **3.) Fehlendes technisches Know-how**

Im Vergleich zu 2015<sup>2</sup> hat mangelndes technisches Know-how als Nutzungshindernis für den Einsatz digitaler Werbemaßnahmen an Relevanz verloren – trotzdem bleibt es für 23 Prozent der Nicht-Nutzer weiterhin der Hauptgrund keine Unternehmenswebsite zu betreiben und 13 Prozent setzen aus diesem Grund keine Mobile Marketing Maßnahmen ein. „Wenn man als Unternehmen das technische Know-how für digitale Werbemaßnahmen nicht besitzt, ist es wichtig einen erfahrenen Digital-Experten zu Rate zu ziehen. Eine individuelle Beratung kann helfen, die Möglichkeiten für Unternehmen genau zu

---

<sup>2</sup> Befragt wurden 200 kleine und mittelständische Unternehmen. Die Befragung wurde von phaydon research+consulting im Auftrag von Greven Medien 2015 durchgeführt.

analysieren und ihnen zu zeigen, dass digitales Lokalmarketing auch für Neulinge im World Wide Web einfach umzusetzen ist,“ weiß Hünemohr.

#### **4.) Zeitmangel**

Mehr als jedes Dritte der befragten KMU (35 %) nennt Zeitmangel als Hauptgrund für das Nichtbetreiben einer Unternehmenswebsite. Für 16 Prozent gilt dies auch für Online Maßnahmen und für 22 Prozent für Social Media Maßnahmen. „Wenn digitale Maßnahmen für ein Unternehmen völliges Neuland sind, braucht es natürlich seine Zeit, um sich mit der Thematik vertraut zu machen. Deshalb gibt es kompetente Partner für digitales Marketing, die dies für Unternehmen übernehmen und von der Planung bis zur Umsetzung individuelle Media-Pakete schnüren, die perfekt zu den Anforderungen der Unternehmen passen,“ so Hünemohr.

#### **5.) Fehlendes Interesse der KMU**

15 Prozent derjenigen, die keine Website betreiben, nennen fehlendes Interesse an dem Thema digitales Marketing als Grund. Das Gleiche gilt für andere Online Maßnahmen (16 %) und für den Social Media Auftritt (18 %) des Unternehmens. Hünemohr rät allerdings: „In der heutigen Zeit muss man sich über digitale Werbemaßnahmen Gedanken machen, um mit dem Strom schwimmen zu können und auch die eigene Zielgruppe, die hauptsächlich auf diesen Kanälen unterwegs ist, zu erreichen.“

#### **6.) Keinen Mehrwert und generelles Misstrauen**

Jedes Fünfte der befragten Unternehmen betreibt keine eigene Website. Hauptgrund: 50 Prozent der Nichtbetreiber sehen darin keinen Vorteil für ihr Unternehmen. Bei vielen hängt dies u.a. von einem generellen Misstrauen gegenüber digitalen Maßnahmen ab. 21 Prozent der Befragten sind aufgrund dessen nicht im Social Web aktiv. „Um kleinen bis mittelständischen Unternehmen die Scheu zu nehmen, bietet sich eine unverbindliche Beratung zum Thema Online-Marketing durch einen Experten an. In einem ersten Schritt bespricht man die aktuelle Situation und definiert Ziele sowie eine passende Marketing-Strategie, die alle relevanten Kommunikationskanäle für das Unternehmen einschließt. Dabei darf man natürlich auch nie das Budget aus den Augen verlieren,“ erklärt Hünemohr.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Skepsis der KMU gegenüber Digitalisierung und neuen Werbeformen teilweise unberechtigt ist. Oft ist es Unwissenheit, die diese hervorruft. Die Lösung: Eine individuelle Beratung von erfahrenen Marketing-Experten, die Unternehmen realistische Möglichkeiten mit Hinblick auf Budget, Zielgruppe und Marketingziele aufzeigt.

#### **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 25.000 Kundenbeziehungen im Rheinland.

Weitere Informationen finden Sie online unter:



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



[facebook.com/grevens](https://facebook.com/grevens)



[twitter.com/greven\\_medien](https://twitter.com/greven_medien)



[plus.google.com/+GrevenMedienGmbHCoKGKöln?hl=de](https://plus.google.com/+GrevenMedienGmbHCoKGKöln?hl=de)

#### **Medienkontakt:**

Counterpart Group GmbH · Juliane Sonntag / Lena Hanenberg · Kamekestr. 21 · 50672 Köln ·  
Tel. 0221/95 14 41 905 · Fax 0221/95 14 41-50 · E-Mail [juliane.sonntag@counterpart.de](mailto:juliane.sonntag@counterpart.de) /  
[lena.hanenberg@counterpart.de](mailto:lena.hanenberg@counterpart.de)