

HANDWERK **aktiv**

Offizielles Forum der
Kreishandwerkerschaft Köln
Unternehmensverband
KölnHandwerk



**Diesel-Debatte mit
Augenmaß gefordert**

**50 Jahre Haus des
Handwerks**

**SHK Innung startet
Verbraucherkampagne**

**Kölner Ausbildungs-
markt 2016/2017**



Vorurteile beim Einsatz digitaler Werbemaßnahmen

Warum vermeintliche Nutzungsbarrieren Sie nicht daran hindern sollten digitaler zu werden

Digitale Werbemaßnahmen sind aus dem Marketing Mix von Unternehmen nicht wegzudenken. Dennoch stoßen nicht alle digitalen Werbemaßnahmen bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) auf Akzeptanz. Während die meisten Handwerksbetriebe eine eigene Website betreiben, haben sie bei der Anwendung anderer digitaler Maßnahmen Bedenken. Dies geht aus einer aktuellen repräsentativen Umfrage im Auftrag von Greven Medien hervor.¹

Obwohl die Mehrheit der befragten KMU (68%) die Relevanz digitaler Werbemaßnahmen grundsätzlich hoch einschätzt, ist das Nutzungsniveau sehr unterschiedlich. Die unternehmenseigene Website ist mittlerweile Standard (80%). Daneben werden Online-Werbemaßnahmen wie SEO am häufigsten angewendet (39%), dicht gefolgt von Social Media (32%). Mobile Marketing (17%) und ein eigener Webshop (7%). Patrick Hünemohr, Greven Medien Geschäftsführer und Experte für digitales Lokalmarketing, räumt mit den Vorurteilen auf.

1.) Lokaler Kundenstamm

Viele Betriebe der Region meinen, digitale Werbemaßnahmen seien nicht notwendig. Fast die Hälfte der Befragten (48%), die keine digitalen Werbemaßnahmen nutzen, hat deshalb keine eigene Website. „Auch der potenzielle Kunde eines Elektrikers oder Fliesenlegers holt sich erste Informationen über einen Handwerker in seiner Nähe zunächst via Google oder Facebook“, weiß Marketing-Experte Hünemohr.

2.) Zu klein

Über ein Viertel der befragten Unternehmen, die digitale Maßnahmen nicht nutzen, denken sie seien zu klein. „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 sie optimal erreicht“, erklärt Hünemohr weiter.

3.) Mangelnde Fähigkeiten

Fehlendes Know-how ist für 23 Prozent der Nicht-Nutzer der Hauptgrund keine Unternehmenswebsite zu betreiben. „Wenn man nicht das digitale Know-how besitzt, ist es wichtig einen erfahrenen Experten zu fragen. Eine individuelle Beratung analysiert genau die Möglichkeiten für den Betrieb und zeigt, dass digitales Lokalmarketing auch für Maurer oder Metzger einfach umzusetzen ist“, weiß Hünemohr.

4.) Zeitmangel

Mehr als jedes dritte befragte KMU (35%) betreibt aus Zeitmangel keine Unternehmenswebsite. „Es braucht Zeit, um sich mit der Thematik vertraut zu machen. Deshalb gibt es kompetente Partner, die von der Planung bis zur Umsetzung in-

CATI Umfrage Greven Medien

Warum KMU bei digitalen Werbemaßnahmen skeptisch sind



Welche digitalen Werbemaßnahmen nutzen KMU?



68%

der Befragten schätzen die Relevanz digitaler Werbemaßnahmen hoch ein.

76%

der Mobile Marketing Nutzer sind mit den erzielten Ergebnissen zufrieden.

80%

der Befragten betreiben eine eigene Website.

6 Gründe, warum KMU skeptisch beim Einsatz von Online-Werbemaßnahmen* sind:



* Online-Werbemaßnahmen wie Suchmaschinenoptimierung, Bannerwerbung oder Verzeichniswerbung

¹ Befragt wurden 200 kleine und mittelständische Unternehmen.

Die Befragung wurde von phaydon research+consulting im Auftrag von Greven Medien 2017 durchgeführt.

dividuelle Pakete schnüren, die perfekt zum Betrieb passen“, so Hünemohr.

5.) Kein Mehrwert

Jedes Fünfte der befragten Unternehmen betreibt keine eigene Website. Hauptgrund: 50 Prozent sehen darin keinen Vorteil. „Um kleinen bis mittelständischen Unternehmen die Scheu zu nehmen, bietet sich eine unverbindliche Beratung zum Thema Online-Marketing an“, erklärt Hünemohr.

Sie möchten mehr über das Potenzial digitaler Werbemaßnahmen erfahren? Dann rufen Sie uns an:

0221 9688 8217

6.) Fehlendes Interesse

15 Prozent nennen fehlendes Interesse als Grund keine Website zu haben. Das Gleiche gilt für den Social Media Auftritt (18%). Hünemohr rät allerdings: „In der heutigen Zeit muss man sich über digitale Werbemaßnahmen Gedanken machen, um mit der Konkurrenz mithalten zu können und seine Zielgruppe zu erreichen.“

Die Skepsis der KMU gegenüber Digitalisierung und neuen Werbemaßnahmen – oft hervorgerufen durch Unwissenheit – ist meist unberechtigt. Eine individuelle Beratung von erfahrenen Marketing-Experten zeigt Unternehmen realistische Möglichkeiten mit Hinblick auf Budget, Zielgruppe und Marketingziele.

Über Greven Medien

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.

Weitere Informationen finden Sie online unter: www.greven.de