

Warum Verbraucher Unternehmens-Kanälen entfolgen

Eine Studie im Auftrag von Gelbe Seiten zeigt, was Verbraucher an den Social Media-Auftritten von Unternehmen stört – und deckt auf, welche Branchen dabei am schlechtesten weg kommen.

Frankfurt am Main, 17. Juli 2023. Irrelevante Informationen, politisch unangemessene Inhalte und zu viele Postings: Das sind die drei wesentlichen Gründe, wegen denen Verbraucher*innen den Social Media-Seiten von Unternehmen nicht mehr folgen würden. Wie eine Studie des Marktforschungsinstituts Innofact im Auftrag von Gelbe Seiten ergab, ist die Häufung für sie nicht relevanter Informationen für die Hälfte aller Nutzer*innen ein Grund, weshalb sie einem Unternehmen in sozialen Medien nicht mehr folgen würden. Auch wurden politisch und gesellschaftlich unangemessene Inhalte (49 Prozent) sowie der Fehler von Betrieben, zu viele Posts abzusetzen (29 Prozent), als wichtigste Gründe für die Bereitschaft genannt, den „Entfolgen“-Button bei Facebook, Instagram oder auf anderen Social Media-Kanälen zu drücken.

Insgesamt befragte Innofact in der bevölkerungsrepräsentativ angelegten Studie für Gelbe Seiten im Mai 2023 gut 1.000 Männer und Frauen im Alter ab 18 Jahren. Nach den Gründen für ein mögliches Entfolgen wurden nur jene 85 Prozent der Befragten herangezogen, die laut Studie soziale Medien nutzen.

Unternehmen sollten Social Media-Kommentare beantworten

Neben den drei erstgenannten Kritikpunkten gibt es zahlreiche weitere Fehler, die Unternehmen bei ihren Social Media-Aktivitäten vermeiden sollten, wenn sie Nutzer*innen nicht verschrecken wollen: So nannten 27 Prozent der Befragten die Tatsache, dass ihre Kommentare nicht beantwortet werden, als Motivation, Unternehmen zu entfolgen. Weitere Gründe sind zu unkreative Inhalte, eine falsche Wortwahl beziehungsweise ein falscher Slang und zu viele Promotion-Aktionen (ebenfalls alle 27 Prozent).

„Die Ergebnisse zeigen, wie viele Fehler Unternehmen auf sozialen Kanälen machen können“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft. Umso wichtiger ist es, das Thema professionell anzugehen. „Gerade kleine und mittelständische Unternehmen sind mit dem Thema bisweilen überfordert. Weil sie soziale Medien als Informations-, Kundengewinnungs- und Kundenbindungsplattformen aber nicht ignorieren können, sollten sie sich Unterstützung auf diesem Weg ins Haus holen“, rät Schulte. Die 15 Verlage von Gelbe Seiten seien mit ihrer Kundennähe und den langjährigen Kontakten der ideale Partner, um Unternehmen hier als Partner auf dem zu begleiten.

Jeder Dritte bewertet Social Media-Aktivitäten von Unternehmen als nicht gut

Dass es bei der Professionalisierung von Social Media-Aktivitäten aus Sicht der Verbraucher*innen weiterhin Bedarf gibt, zeigt auch deren Urteil darüber, wie gut regionale und kleinere Dienstleister und Händler Plattformen wie Facebook, Instagram, YouTube oder Twitter bereits nutzen. Hier bewertet fast jeder Dritte Befragte die Auftritte als „weniger gut“ oder gar als „schlecht“. Insgesamt nannten aber 42 Prozent die Social Media-Performance „eher gut“ oder „sehr gut“ –

allerdings waren es im Vorjahr noch 49 Prozent gewesen. Dabei fällt auf, dass jüngere Zielgruppen die Nutzung von Sozialen Medien im Durchschnitt besser bewerten als ältere.

Beim Blick auf die verschiedenen Branchen schneidet die Gastronomie bei den Verbraucher*innen am besten ab, hier befanden 56 Prozent die Nutzung sozialer Kanäle als „eher gut“ oder sogar als „sehr gut“. Drogerien und Parfümerien (51 Prozent), der Lebensmittelhandel (49 Prozent) sowie der Textilhandel (48 Prozent) folgten im Ranking der auf diesem Feld überzeugendsten Branchen dahinter. Die schlechtesten Kritiken erhielten Vertreter der Gesundheitsbranche (32 Prozent) sowie Gärtner*innen und Blumenhändler*innen (33 Prozent).

Verbraucher: Unternehmen sollten Social Media stärker nutzen

Insgesamt wünschen sich 47 Prozent der Befragten, dass regionale und kleinere Dienstleister und Händler die sozialen Medien stärker nutzen und auch darüber kommunizieren sollten, im Vorjahr hatten noch bei 55 Prozent diesen Wunsch geäußert. Dabei sind mehr als zwei Drittel der Befragten (69 Prozent) der Meinung, Betriebe sollten mindestens monatlich auf sozialen Kanälen aktiv sein, 57 Prozent finden sogar mindestens wöchentliche Aktivitäten angemessen. Am ehesten wünschen sich Verbraucher*innen Unternehmen, die mehrere Postings pro Woche absetzen, eine tägliche Aktivität erwarten dagegen nur acht Prozent.

„Soziale Medien sind als Kommunikationskanal inzwischen unerlässlich, auch als Bindeglied zwischen Unternehmen und Ihren Kund*innen. Die Studie belegt, dass Verbraucher*innen inzwischen sehr konkrete Erwartungen an die Social Media-Auftritte haben. Deshalb sollten Unternehmen dieses Feld unbedingt ernst nehmen“, hebt Schulte hervor.

Über Gelbe Seiten

Gelbe Seiten wird von DTM Deutsche Tele Medien und 15 Gelbe Seiten Verlagen gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nutzern als Buch, online und mobil über www.gelbeseiten.de sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Darüber hinaus ist Gelbe Seiten auch über moderne Voice und Messenger-Dienste verfügbar, u. a. über die Messenger von Apple und Facebook sowie bei Amazon Alexa über den Sprachbefehl „Alexa, öffne Gelbe Seiten“. Im Jahr 2022 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 651 Mio. Nutzungen*. Die Bezeichnung Gelbe Seiten ist in Deutschland eine geschützte und auf die Gelbe Seiten Zeichen- GbR eingetragene Wortmarke. Ebenfalls besteht u. a. Markenschutz für die Gelbe Seiten Zeichen-GbR für eine abstrakte Verwendung der Farbe Gelb.

*Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2022; repräsentative Befragung von 15.762 Personen ab 16 Jahren, Juli-September 2022

Pressekontakt

Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH
Nina Mülhens
Tel.: 069 2731696 - 205
E-Mail: presse@gelbeseitenmarketing.de
Web: www.gelbeseiten.de