

Wie Unternehmen von Social Media profitieren können

Studie zeigt: Dienstleister investieren mehr in ihre Auftritte / Soziale Plattformen bringen neue Kunden und machen Bestandskunden zufriedener

Frankfurt, 11. September 2023. Immer mehr Unternehmen in Deutschland sind auf Sozialen Plattformen vertreten. Einer Umfrage des Marktforschungsinstituts Innofact im Auftrag von Gelbe Seiten hat ergeben, dass 68 Prozent der befragten Betriebe ein eigenes Profil auf Facebook, Twitter, YouTube oder einem ähnlichen Kanal haben. Im Vorjahr hatten das lediglich 59 Prozent angegeben. Insgesamt wurden für die Studie im Mai dieses Jahres 401 Dienstleistungsbetriebe in Deutschland interviewt, darunter Friseure, Anwälte, Handwerker und Arztpraxen.

Am häufigsten sind diejenigen, die soziale Medien bereits nutzen, auf Facebook vertreten (86 Prozent derer, die soziale Plattformen nutzen), dahinter folgen Instagram (61 Prozent), YouTube (32 Prozent), Twitter (27 Prozent), Xing und LinkedIn (jeweils 26 Prozent).

Unternehmen investieren mehr Geld in ihre Social Media-Auftritte

Auch die Investitionen der Betriebe in ihre Auftritte auf Sozialen Plattformen weisen nach, dass Firmen die Relevanz einer Präsenz dort immer höher einschätzen. Zwar gaben 58 Prozent der Unternehmen, die auf Social Media aktiv sind, an, dass ihre Ausgaben dafür im Vergleich zum Vorjahr in etwa gleichgeblieben sind. Doch während nur sieben Prozent etwas weniger oder deutlich weniger investiert haben, sagte jeder vierte Betrieb, er habe etwas mehr Geld in die Hand genommen, acht Prozent sogar deutlich mehr.

Dieser Trend dürfte sich fortsetzen, zumindest, wenn man die Prognosen der befragten Unternehmen betrachtet. So wollen 29 Prozent der Betriebe, die bereits Facebook, YouTube und Co. nutzen, die Investitionen in ihre Auftritte dort in den kommenden zwölf Monaten erhöhen, nur neun Prozent planen die Ausgaben dagegen zu kürzen; 61 Prozent sagten, die Budgets sollten beibehalten werden.

Social Media-Auftritte von Unternehmen: Zufriedenere und loyalere Kunden

„In der heutigen Zeit werden Soziale Plattformen immer mehr zu digitalen Schaufenstern von Dienstleistungsbetrieben. Umso wichtiger ist es, sich hier professionell und hochwertig zu präsentieren“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing-Gesellschaft. Doch ein erfolgreicher Auftritt kommt nicht von selbst. Schulte rät vielmehr, sich auf diesem wichtigen Feld Expertise an Bord zu holen. So wüssten die Berater von Gelbe Seiten, die in den 15 Verlagen des Unternehmens seit Jahren tagtäglich hautnah mit Dienstleistungsbetrieben in Austausch stehen, sehr genau, was kleine und mittelständische Unternehmen bräuchten, um digital erfolgreich zu sein, sagt Schulte. „Unsere Experten sind der ideale Partner für den Auftritt im Netz.“

Schließlich können Betriebe auf Social Media nicht nur Imagepflege betreiben, sondern auch Kunden zufriedener machen und sogar neue Kunden finden. 78 Prozent der Social Media-Nutzer finden, dass Kundengewinnung und -betreuung dort sehr gut oder eher gut funktionieren, nur 19 Prozent finden die Funktionalität Sozialer Plattformen auf diesem Feld weniger gut oder schlecht. Gut drei Viertel (77 Prozent) aller Betriebe, die eine Präsenz auf Facebook, Instagram oder auf einer oder mehreren anderen Plattformen aufweisen, glauben, die Nutzung Sozialer Medien habe für die eigene Firma einen relevanten Beitrag zur Verbesserung der Geschäftsentwicklung gehabt, etwa durch mehr Neukunden oder durch zufriedенere und loyalere Bestandskunden.

Social Media: Meistens Aufgabe der Geschäftsführung

Allerdings gibt es nur in einem von fünf befragten Betrieben eine:n Mitarbeiter:in, der/die sich hauptsächlich und verantwortlich mit Social Media beschäftigt und sieben Prozent nutzen externe Berater. Bei 59 Prozent der Unternehmen wird das Thema als so relevant angesehen, dass die Geschäftsführung aktiv in das Thema involviert ist.

„Die Relevanz von Social Media einerseits und ihre Rolle in Unternehmen andererseits stehen derzeit bei vielen Betrieben noch in einem ungünstigen Verhältnis. Es braucht in den Unternehmen mehr Awareness und Expertise für das Thema, sagt Schulte.

Fehlende Expertise, keine Zeit: Warum Unternehmen sozialen Medien fernbleiben

Fehlende Expertise ist auch ein Grund dafür, wieso manch ein Unternehmen den Weg in soziale Medien scheut. 15 Prozent derer, die noch keine Präsenz auf solchen Kanälen aufweisen, gaben an, das aus diesem Grund bislang gemieden zu haben. 54 Prozent sehen für sich erst gar keinen Nutzen darin, 33 Prozent sind der Meinung, mit ihren bisher genutzten Werbemaßnahmen gut auszukommen. Während 28 Prozent der Nicht-Nutzer davon ausgehen, ihre Kunden seien ohnehin nicht auf Social Media unterwegs, haben 15 Prozent schlichtweg keine Kapazitäten dafür, um einen Account einzurichten und zu betreuen. Und fünf Prozent scheuen die aus ihrer Sicht hohen Kosten.

„Die Bedeutung sozialer Medien als Marketing-, aber eben auch als Absatzkanal und zur Gewinnung neuer Kunden wird weiter steigen“, sagt Dirk Schulte. „Umso wichtiger ist es, sich früh und professionell damit auseinanderzusetzen.“

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