

Verbraucherbefragung: Kleine und mittelständische Betriebe werden in sozialen Netzwerken kaum wahrgenommen

Grundlegende Infos und Aktualität sind Nutzern beim Social Media-Auftritt von KMU besonders wichtig.

Frankfurt, 6. Juli 2020 – Soziale Netzwerke begleiten die Menschen in vielen Bereichen ihres Alltags. Auch für berufliche oder geschäftliche Zwecke werden die digitalen Kanäle seit einigen Jahren immer häufiger genutzt. Doch während das Teilen wichtiger Infos und Neuigkeiten auf Facebook und Co. für größere Unternehmen zum Tagesgeschäft gehört, werden die Aktivitäten kleiner und mittelständischer Betriebe auf diesen Plattformen von 33,3 Prozent der Verbraucher als gering wahrgenommen und von 7,6 Prozent als nicht vorhanden bewertet. Nur 18,5 Prozent der Befragten stufen die Präsenz von KMU in den sozialen Netzwerken als stark ein. Zu diesem Ergebnis kommt eine im Auftrag von Gelbe Seiten durchgeführte repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Civey.

Nach diesen Informationen suchen Verbraucher in den sozialen Netzwerken

Die Umfrage zeigt aber auch, dass KMU bei der Bespielung digitaler Plattformen nicht unbedingt die Aktivitäten internationaler Unternehmen zum Vorbild nehmen sollten. Nachgefragt werden bei KMU vor allem grundlegende Informationen, die Orientierung bieten und über aktuelle Besonderheiten aufklären. So wünschen sich 51,4 Prozent der Verbraucher Details zu bestehenden Angeboten und Produkten sowie 49,8 Prozent eine Veröffentlichung der geltenden Öffnungszeiten in den sozialen Netzwerken. 44,5 Prozent möchten Updates zu neuen Produkten und Services erhalten. Besondere Rabattaktionen interessieren 33,6 Prozent der Verbraucher, während 14,5 Prozent über Zusatzangebote wie Gratiszugaben informiert werden wollen. Gewinnspiele und Mitmachaktionen sind hingegen nur für 7,2 Prozent der Befragten relevant. 16,7 Prozent der Verbraucher wünschen sich Hinweise zu aktuellen Themen wie beispielsweise Hygienebestimmungen.¹

Verbraucher auf dem Laufenden halten

Bislang nutzen 10,8 Prozent der Befragten soziale Netzwerke, um sich über Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Bei den 18-20-jährigen Verbrauchern sind es mit 21,3 Prozent schon fast doppelt so viele.

¹ Mehrfachnennungen möglich

„Im Zuge der Corona-Krise haben wir alle erfahren, wie flüchtig Informationen sein können und wie wichtig es ist, dass relevante Details schnell und übersichtlich zur Verfügung stehen. Gerade für jüngere Generationen sind soziale Netzwerke der Ort, an dem sie zuerst nach aktuellen Informationen und Neuigkeiten suchen. Diese Entwicklung sollten KMU unbedingt in ihrer Strategie berücksichtigen und sich zeitnah Unterstützung suchen. Wer jetzt auf den entsprechenden Plattformen aktiv ist, steht Verbrauchern als zuverlässiger und vertrauensvoller Partner zur Seite, wenn es darauf ankommt“, so Dr. Uwe Breier, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft.

Laut dieser Umfrage können KMU hier allerdings noch aufholen: Nur 10,8 Prozent der Befragten nehmen KMU seit der Corona-Krise stärker in den sozialen Netzwerken wahr. 31,1 Prozent der Verbraucher beurteilen die Aktivitäten auf diesen Kanälen als gleichbleibend und 9,6 Prozent sind der Meinung, dass die Präsenz der KMU auf den digitalen Plattformen sogar gesunken ist.

Für diese Umfrage wurden 2.500 Verbraucher befragt, die einen repräsentativen Querschnitt bilden.

Über Gelbe Seiten

Gelbe Seiten wird von DTM Deutsche Tele Medien und 17 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. Im Jahr 2019 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 637 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 2019"; repräsentative Befragung von 16 Tsd. Personen ab 16 Jahren, In Auftrag gegeben von: Gelbe Seiten Marketing GmbH, Das Örtliche Service- und Marketing GmbH, Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH.

Pressekontakt

Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH
Nina Mühlens
Tel.: (069) 26 48 41 - 205
E-Mail: presse@gelbeseitenmarketing.de
Web: www.gelbeseiten.de