

Verschlafen KMU ihre Chance?

Die Mehrheit kleiner und mittelständischer Unternehmen haben den Nutzen sozialer Netzwerke noch nicht erkannt.

Frankfurt, 22. Juni 2020 – Soziale Netzwerke sind für Unternehmen ein wichtiges Tool, um mit Kunden in Kontakt und wirtschaftlich erfolgreich zu bleiben. Dennoch stellt die Nutzung für viele kleine und mittelständische Betriebe eine große Herausforderung dar: 56 Prozent der KMU haben keine Social Media-Präsenz und nur 35,2 Prozent setzen bei Kundenbetreuung und -akquise auf Facebook, Instagram & Co. 8,8 Prozent sind unentschieden. Dies hat eine im Auftrag von Gelbe Seiten durchgeführte repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Civey ergeben.

KMU in der Corona-Krise – Soziale Netzwerke als Teil der Lösung

26,6 Prozent der kleinen und mittelständischen Unternehmen, die soziale Netzwerke zur Kundenbetreuung und -akquise nutzen, sind seit Beginn der Corona-Krise noch stärker in den entsprechenden Kanälen aktiv, um den Kontakt zu Verbrauchern zu halten und Neukunden zu erreichen. Bei 48,8 Prozent ist die Nutzung gleich geblieben und 4,8 Prozent sind seitdem weniger in sozialen Netzwerken aktiv. 19,8 Prozent sind sich unschlüssig, ob es diesbezüglich zu Veränderungen durch die Corona-Krise gekommen ist.

In diesen Bereichen setzen KMU auf soziale Netzwerke

Betriebe, die in sozialen Netzwerken aktiv sind, nutzen diese zu 73,8 Prozent für Marketing und Kundenakquise, 22 Prozent setzen sie in der Kundenbetreuung ein. Und das mit Erfolg: 56 Prozent der 30-39-jährigen Entscheider in KMU, die in sozialen Netzwerken präsent sind, gaben an, dass die Betreuung und Gewinnung von Kunden über diese Kanäle gut bis sehr gut funktioniert. Bei den 18-29-Jährigen sind es sogar 74,5 Prozent. Darüber hinaus kommen in diesen Betrieben soziale Netzwerke auch in weiteren Bereichen wie der Mitarbeiterakquise (29,3 Prozent), der Kommunikation mit Partnern (24,5 Prozent) oder der internen Kommunikation (13,1 Prozent) zum Einsatz.

„Verbraucher informieren sich zunehmend über Social Media. Entsprechend erwarten sie von Unternehmen, dass relevante Informationen online veröffentlicht und vor allem auch auf Plattformen wie Facebook oder Instagram geteilt werden. Aus den genannten Gründen ist die Präsenz auf diesen Kanälen gerade während der Corona-Krise ein adäquates Mittel, um mit Verbrauchern in regelmäßigem Austausch zu bleiben und sie auf dem Laufenden zu halten“, so Dr. Uwe Breier, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft.

Gezielte Unterstützung wichtig

Umso überraschender: Von den KMU ohne eigene Social Media-Präsenz planen 86,5 Prozent auch in Zukunft nicht, soziale Netzwerke zur Kundenbetreuung und -akquise einzusetzen. Lediglich 3,9 Prozent möchten hier mit Blick auf die Corona-Krise aktiv werden. 9,6 Prozent haben noch keine Entscheidung getroffen. Zudem sind 55,3 Prozent der Betriebe ohne eigenen Social Media-Auftritt der Meinung, nicht das nötige Know-how für dessen Umsetzung zu besitzen, während 34,8 Prozent sich den Aufbau eines Profils in den entsprechenden Kanälen zutrauen. 9,9 Prozent sind unentschlossen.

„Die Umfrageergebnisse zeigen, dass das Potenzial, das soziale Netzwerke vor allem in Krisenzeiten bieten, häufig ungenutzt bleibt. Für eine effiziente als auch zeitgemäße Ansprache und Betreuung von Kunden ist die professionelle Bespielung digitaler Kanäle jedoch unerlässlich. Umso wichtiger ist es, dass KMU die Relevanz sozialer Netzwerke erkennen und bereit sind, sich unkomplizierte und zeitnahe Unterstützung zu suchen“, erklärt Dr. Uwe Breier.

Für diese Umfrage wurden 500 KMU 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
Telefon: (069) 26 48 41 - 205
E-Mail: presse@gelbeseitenmarketing.de
Web: www.gelbeseiten.de