

Warum Betriebe Facebook stärker nutzen müssen

- **Umfrage im Auftrag von Gelbe Seiten zeigt: Verbraucher wünschen sich stärkere Präsenz von Unternehmen auf Social Media**
- **Nur sechs von zehn Betrieben sind schon auf Social Media aktiv**
- **Irrelevante Inhalte schrecken Verbraucher ab**

Frankfurt, 14. Juli 2022. Wer baut mir jetzt eine Wärmepumpe ein? Was kostet eine Klimaanlage? Wo finde ich einen guten Orthopäden? Soziale Medien werden für die Antwort auf solche Fragen und damit für die Information über Produkte und Dienstleistungen immer wichtiger. Wie eine Befragung des Marktforschungsunternehmens Innofact im Auftrag von Gelbe Seiten ergab, wünschen sich 55 Prozent der Verbraucher, dass Dienstleister und Händler diese Social Media-Kanäle stärker nutzen als bislang, um darüber mit ihren Kunden in Austausch zu treten. Nur 29 Prozent sind dagegen der Meinung, dass Betriebe auf diesem Feld genügend tun. Besonders ausgeprägt ist der Wunsch nach einer stärkeren Social Media-Präsenz in der wichtigen Zielgruppe zwischen 18 und 39 Jahren, wo 73 Prozent der Befragten erwarten, dass Betriebe sich intensiver bei Facebook, YouTube und Co zeigen. Auch die Kunden, die selbst auf sozialen Kanälen unterwegs sind, haben einen stärkeren Wunsch, dort Betriebe anzutreffen, die zum Beispiel dort über ihre Produkte oder über Insights zum Unternehmen informieren. Insgesamt wurden bei der Studie gut 1.000 Verbrauchern sowie 345 Unternehmen befragt.

Unternehmen lassen Potential von Social Media liegen

Die Ergebnisse zeigen: Die Möglichkeiten in der Nutzung sozialer Medien sind in der deutschen Wirtschaft noch bei weitem nicht ausgeschöpft. So bespielen derzeit nur knapp sechs von zehn Unternehmen diese Kanäle, die meisten sind auf Facebook (84,7 Prozent der Befragten, die Social Media nutzen), Instagram (62,4 Prozent) und YouTube (29,3 Prozent) aktiv. Damit bedienen sie weitgehend jene Plattformen, auf denen auch die Kunden unterwegs sind und wo sie die Unternehmen dementsprechend auch erwarten: Der Umfrage zufolge wünschen sich von jenen Verbrauchern, die Social Media bereits nutzen, dass sich Unternehmen vor allem auf Facebook (61 Prozent), Instagram (49 Prozent) und YouTube (44 Prozent) zeigen sollten. „Die Studie stellt unter Beweis, wie wichtig für Unternehmen die Erkenntnis ist, welche Chancen das Internet ihnen bietet. Ob auf Social Media-Kanälen oder auf Plattformen wie Gelbe Seiten: Niemand kommt heute mehr um eine wahrnehmbare und professionelle Präsenz im Netz herum. Eine statische Website reicht dafür schon lange nicht mehr aus“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft.

Facebook, YouTube & Co.: Warum entfolgen Verbraucher Unternehmens-Accounts?

Wichtig ist auch, dass sich die Unternehmen auf die Erwartungen ihrer Kunden hinsichtlich der Frequenz und der Inhalte ihrer Postings auf Sozialen Kanälen einstellen, weil sonst die Gefahr besteht, dass Verbraucher Accounts nicht beachten oder ihnen sogar entfolgen. Der häufigste Grund dafür, dass Kunden Unternehmensseiten im Social Web aktiv entfolgen, sind Postings mit häufig irrelevanten Informationen – 54 Prozent jener Konsumenten, die Social Media nutzen, gaben diesen Aspekt als Kernproblem an. Weitere Gründe für Entfolgen von Firmen-Websites sind demnach unangemessene Inhalte zum Beispiel politischer Natur (50 Prozent), fehlende Feedback auf Kundenkommentare (34 Prozent), zu unkreativer Content (30 Prozent), ein falscher Slang bei der Ansprache der Verbraucher (28

Prozent) sowie eine zu starke Häufung von Promotion-Aktionen, die allein der Werbung für eigene Angebote dienen (26 Prozent). „Unternehmen können im Netz viele Fehler machen. Deshalb gilt es, die Präsenz dort nicht als nebensächlich zu betrachten, sondern ihr strategisch hohes Gewicht zu verleihen. Betriebe müssen darauf achten, dass sie auf relevanten Kanälen wie Facebook und YouTube oder auch auf Branchenverzeichnissen wie Gelbe Seiten professionell und hochwertig vertreten sind. Nur so lässt sich eine Community aufbauen, die für den Erfolg extrem wertvoll ist“, so Schulte weiter.

Nicht zu oft, nicht zu selten: Wie häufig Unternehmen Inhalte auf Social Media posten sollten

Dabei sollten Betriebe auch auf die richtige Frequenz ihrer Postings achten. Denn während zu häufige Präsenz auf die Kunden störend wirken kann, sind eine zu unregelmäßige Frequenz oder zu lange Abwesenheit ebenfalls in der Regel kontraproduktiv, wie die Studie ebenso belegt. So wünschen sich die meisten jener Kunden, die Social Media nutzen, einen oder mehrere Posts pro Woche, jeweils 25 Prozent präferieren diese Frequenz. Tägliche Präsenz bevorzugen dagegen nur elf Prozent der Verbraucher, zwei bis drei beziehungsweise nur ein Post pro Monat gelten dementsprechend ebenfalls als zu wenig (8 bzw. 5 Prozent). Hauptzweck der Nutzung sozialer Medien durch Unternehmen sind Marketing und Akquise, wie die Befragung belegt. 72,3 Prozent gaben diesen Aspekt als zentrales Ziel ihrer Social Media-Strategie an. Aber auch den Aufbau einer Community sowie Kundenbetreuung und Reklamation (jeweils 48 Prozent) sowie interne Kommunikation (42 Prozent) und Mitarbeiterakquise (42) wurden genannt. „Das Internet hat die Art, mit Kunden in Kontakt zu treten, völlig verändert. Diese Realität dürfen Unternehmen, die langfristig erfolgreich sein wollen, nicht ignorieren. Vielmehr müssen die neuen Touchpoints ernst genommen und proaktiv mit hochwertigen Inhalten bespielt werden“, so Schulte.

Über Gelbe Seiten

Gelbe Seiten wird von DTM Deutsche Tele Medien und 16 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 2021 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 651 Mio. Nutzungen*. Darüber hinaus ist Gelbe Seiten auch als sprachbasierter Alexa Skill verfügbar und kann mit „Alexa, öffne Gelbe Seiten“ aufgerufen werden. 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 2021; repräsentative Befragung von 15.947 Personen ab 16 Jahren, Juli-September 2021

Pressekontakt

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