Gelbe Seiten-Studie: Social Media wird für Unternehmen wichtiger

- Corona hat Trend verstärkt, dass immer mehr Betriebe soziale Kanäle für die Kommunikation mit Kunden nutzen
- Verbraucher nehmen dieses Engagement positiv auf, wünschen sich aber eine noch bessere Nutzung sozialer Kanäle von Unternehmen
- Lebensmittelhandel und Arztpraxen sind am besten mit Corona umgegangen

Frankfurt, 2. August 2022. Die Rolle sozialer Medien als Kommunikationskanal von Unternehmen hat seit Beginn der Pandemie zugenommen, immer mehr Betriebe erkennen den Wert von Social Media für ihren Geschäftserfolg. Doch nach wie vor hat die Wirtschaft bei der Nutzung von Facebook, YouTube & Co. noch viel Nachholpotenzial. Das sind die zentralen Ergebnisse einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage des Marktforschungsunternehmens Innofact im Auftrag von Gelbe Seiten, für die gut 1.000 Verbraucher und 345 Unternehmen befragt wurden. Demnach bezeichneten 84,7 Prozent der Unternehmen Social Media als sehr wichtiges Werkzeug in Zeiten von Corona, im vergangenen Jahr hatten lediglich 58 Prozent so geantwortet. Und diese höhere Priorität der Kommunikation mit Kunden über Kanäle wie Facebook, Instagram, TikTok oder YouTube zahlt sich offenbar auch aus: Denn knapp 49 Prozent der befragten Verbraucher gaben an, die Nutzung Sozialer Medien durch die Betriebe sei als sehr gut (14,2 Prozent) oder gut (34,7 Prozent) zu bewerten, das ist deutlich besser als im Vorjahr, als nur 30 Prozent eine dieser beiden Noten vergaben.

Social Media-Nutzung: Unternehmen haben noch Verbesserungspotenzial

Allerdings wird trotz des Anstieges an dieser Stelle auch deutlich, dass die Wirtschaft an vielen Stellen auch noch Nachholbedarf bei der Nutzung von Social Media hat: Aus Sicht der Kunden nämlich sagen 29 Prozent der Befragten, die Nutzung sei als „weniger gut“ oder sogar als „schlecht“ zu bezeichnen. „Das Internet und Social Media bieten Unternehmen völlig neue Möglichkeiten, um mit Kunden in Austausch zu treten, und die Verbraucher erwarten das auch. Umso wichtiger ist es, auf allen digitalen Kanälen professionell aufgestellt zu sein. Das gilt für die eigene Website ebenso wie für Auftritte auf sozialen Kanälen und in Branchenportalen wie Gelbe Seiten. Diese Kanäle als nebensächlich zu betrachten, ist nicht mehr zeitgemäß und schadet dem Geschäftsbetrieb“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft. Schließlich nutzen 83 Prozent der befragten Verbraucher Social Media in ihrem täglichen Leben. Von denen, die das tun, gaben wiederum 69,4 Prozent an, auch deshalb bei Facebook, Instagram und Co. unterwegs zu sein, um sich dort über Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Damit nimmt auch die Bedeutung des Communitymanagements zu. Wie man erfolgreich eine Community aufbaut, zeigt unter anderem Gelbe Seiten: Das Portal hat auf Facebook mehr als 180.000 Follower, auf TikTok folgen mehr als 100.000 Menschen Gelbe Seiten, dort hat das Unternehmen bereits knapp eine halbe Million Likes eingesammelt.

Neue Vertriebs- und Kommunikationswege während Corona

Dass die Rolle von Social Media während der Pandemie zugenommen hat, überrascht nicht. Schließlich mussten sich viele Betriebe neue Wege suchen, um mit ihren Kunden in Austausch zu treten. So wurden der Befragung zufolge während der Corona-Zeit seit März

2020 in vielen Unternehmen neue Vertriebs- und Kommunikationsmittel eingeführt. So ist der Studie zufolge etwa die Zahl derer, die Video-Chats als Tool etwa für Digitale Beratungen nutzen, deutlich angestiegen: Gaben im vergangenen Jahr nur 20 Prozent der Betriebe an, ein solches Werkzeug zu nutzen, waren es in diesem Jahr mehr als 30 Prozent. Die Möglichkeit, Waren online zu bestellen und vor Ort abzuholen, boten im vergangenen Jahr nur 23 Prozent der Betriebe an, mittlerweile sind es der Umfrage zufolge bereits 33 Prozent. „Diese Werte zeigen, dass in der Wirtschaft ein Umdenken eingesetzt hat. Immer mehr Betriebe verstehen, dass sie Verbraucherinnen und Verbrauchern an digitalen Touchpoints abholen müssen“, so Dirk Schulte weiter. Dabei gibt es im Netz hilfreiche Unterstützung: So greifen auch zunehmend kleine Firmen wie Arztpraxen, Rechtsanwaltskanzleien oder auch Frisöre auf digitale Services von Gelbe Seiten zurück – etwa auf die Möglichkeit, das Online-Terminbuchungs-Tool für die eigenen Prozesse einzusetzen.

Lebensmittelhandel und Arztpraxen haben sich am besten auf Corona eingestellt

Betrachtet man einzelne Branchen, so sagen Verbraucher, dass sich der Lebensmittelhandel (51 Prozent der Befragten nannten diese Branche) und die Gesundheitsbranche beziehungsweise Arztpraxen (41 Prozent) am besten auf die Corona-Situation eingestellt hätten, mit etwas Abstand folgen die Gastronomie (29 Prozent) und Drogerien (23 Prozent). Deutlich schlechter weg kommen das Handwerk und die Hotellerie (jeweils 15 Prozent), besonders schlecht wurden Autohäuser (7 Prozent) bewertet. „Die Corona-Zeit war und ist eine besondere Phase, die Unternehmen vor große Herausforderungen gestellt hat. Aber es gibt auch Learnings, und die Digitalisierung der Kundenkommunikation ist eines davon. Betriebe müssen diese Erfahrungen aus der Pandemie sowie neue Tools auch künftig konsequent nutzen“, sagt Dirk 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