



Erkenntnisse
 Thomas Winder
 (Managing
 Director
 marketmind) &
 John Goddard
 (Geschäfts-
 führer Herold).

„Social Media wird stark überbewertet“

Eine groß angelegte Studie, beauftragt von Herold und durchgeführt von marketmind, zeigt, dass viele KMU digital am Kunden vorbeikommunizieren.

Obwohl es der Wirtschaft gut geht, laufen heimische KMU aufgrund ihrer mangelhaften digitalen Präsenz Gefahr, in ernsthafte wirtschaftliche Probleme zu schlittern und Marktanteile an globale Player zu verlieren. KMU nutzen nur sehr bedingt die Möglichkeiten von professionellem Online-Marketing, ihre Aktivitäten sind häufig nicht State-of-the-art und entspre-

chen nicht den Erwartungen der potenziellen Kunden. Das sind kurz zusammengefasst die Ergebnisse einer groß angelegten Studie der Marketingberatung marketmind im Auftrag von Herold, die die Werbe- und Marketing-Aktivitäten von 1.400 KMU untersucht hat.

Parallel dazu wurden österreichweit über 1.000 Konsumenten im Alter 18+ in Telefon- und Online-Interviews befragt, wo sie nach einem passenden

Dienstleister suchen und auf welcher Basis sie ihre Kaufentscheidungen treffen. Diese und weitere Studien zeigen, dass die heimischen KMU die Chancen von digitalem Marketing für ihren Unternehmenserfolg nur sehr unzureichend nutzen.

Google-Suche dominiert

Auch in unserer digitalen Welt zählt der persönliche Rat eines Freundes mehr als die Internet-Recherche: 71% der Österreicher-

rinnen und Österreicher verlassen sich bei der Suche nach einem Anbieter am stärksten auf persönliche Empfehlungen. Für 57% steht das Internet jedoch schon an zweiter Stelle und hier dominiert mit 92% ganz klar die Google-Suche.

Nach Google folgt mit 46% die Suche auf Branchen- und Themenportalen. Besonders in den Bereichen Handwerk (bis zu 62%), Wirtschaft wie z.B. Versicherungen, Immobilienmakler,