

Pressemeldung

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit – Social Media als Instrument zur Neukundenaquise auf dem Prüfstand

Erste Ergebnisse der Studie „Internet im Handel 2010“ veröffentlicht

(Köln, den 7. Oktober 2010) Welche Erfahrungen haben Handelsunternehmen bereits mit Social Media-Anwendungen gemacht und welche Ziele verfolgen Sie bei der Nutzung von Social Media? Um auf diese und andere Fragen eine Antwort zu finden führte das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel) in diesem Jahr zum 6. Mal die Studie „Internet im Handel“ durch. An der Studie beteiligten sich insgesamt 1.942, überwiegend kleine und mittelständische Einzelhandels- und Großhandelsunternehmen sowie Handelsvermittlungen.

Auch für mittelständische Handelsunternehmen ist das Internet aus vielen Geschäftsbereichen nicht mehr wegzudenken und zwar unabhängig davon, ob die Produkte ausschließlich online oder nur im stationären Handel vertrieben werden. Über 84 Prozent der befragten Unternehmen besitzen eine eigene Unternehmens-Website. Die aktuelle Studie des ECC Handel zeigt, dass auch Social Media dabei eine immer wichtigere Rolle einnimmt. Demnach nutzen 21 Prozent der befragten mittelständischen Handelsunternehmen bereits Social Media-Anwendungen. Neben Wikis, Video- und Fotoportalen oder Firmenblogs sind über 70 Prozent derjenigen, die Social Media Anwendungen einsetzen, in sozialen Netzwerken wie Facebook aktiv. „Social Media ist kein Trend, sondern eine Reaktion auf die Verhaltensänderungen der Konsumenten in Form einer vielversprechenden, aufstrebenden Technologie mit großem Potential, das es zu nutzen gilt“ so Frau Beate Rank, Geschäftsführerin der Tradoria GmbH.

Besonders interessante Ergebnisse liefern die vom ECC Handel erhobenen Daten im Hinblick auf die verfolgten Zielsetzungen der Unternehmen. Neben der „Imageverbesserung“, der „Erhöhung der Kundenbindung“ und der „Interaktion mit den Kunden“ geben die Befragten Handelsunternehmen auch die „Neukundengewinnung“ als wichtiges Ziel ihrer Social Media-Aktivitäten an. Die Mehrzahl der Befragten gesteht sich jedoch ein, dass dieses Ziel nicht komplett erreicht wurde. So geben 28,2 Prozent der Befragten, welche Social Media-Aktivitäten nutzen, an, dass Neukundengewinnung als Ziel für Sie von sehr großer Bedeutung ist. Nur 4,2 Prozent bestätigen dagegen, dass Sie dieses Ziel komplett erreicht haben. „Es ist ein Irrglaube, dass sich Werbebotschaften in sozialen Netzwerken wie von selbst verbreiten und die Kundenakquise damit zur Leichtigkeit wird.“ so Dr. Hudetz. Social Media fordert neben einem hohen Maß an Engagement auch wohlgedachte strategische Grundlagen, dann ist das Verkaufen im Community-Zeitalter sowohl für große als auch für kleine und

mittlere Unternehmen attraktiv und bietet schier unüberschaubare Möglichkeiten. Unter der leitenden Fragestellungen "Social Commerce - Nur Social oder auch Commerce?" findet daher am 27. Oktober 2010 das 18. EC Forum statt. Auch in diesem Jahr hat das ECC Handel hochkarätige Referenten eingeladen, um Handelsunternehmen auf die Anforderungen und Herausforderungen von Social Media vorzubereiten.

Das 18. EC Forum findet am 27. Oktober 2010 in Köln statt. Ausführliche Informationen zu Themen, Referenten und Anmeldung erhalten Sie unter: <http://bit.ly/9O2xk0>

Weitere Informationen zur Studie und eine kostenfreie Kurzauswertung finden Sie unter www.internet-im-handel.de



Die Studie „Internet im Handel“

Ziel der Untersuchung „Internet im Handel 2010“ des ECC Handel ist es, den aktuellen Stand der Internetnutzung insbesondere in kleinen und mittelständischen Handelsunternehmen zu evaluieren. Angesichts der aktuellen Diskussion über Facebook, Twitter und Co. stellt ein Schwerpunkt der Befragung dabei das Thema „Social Media“ dar.

Mit der Studie „Internet im Handel“ untersucht das ECC Handel in regelmäßigen Abständen die Internetnutzung insbesondere kleiner und mittelständischer Unternehmen. Die Untersuchung fand bereits in den Jahren 1999, 2002, 2004, 2006 und 2008 in Form einer Online-Erhebung sowie einer schriftlichen Befragung statt. Bislang haben insgesamt über 10.000 Unternehmen an den Befragungen teilgenommen. Die Studie wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, den Dachverbänden des deutschen Handels und zahlreichen Industrie- und Handelskammern sowie der [Tradoria GmbH](#) unterstützt. Eine Übersicht mit allen Kooperationspartner finden Sie [hier](#).

Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel (www.ecc-handel.de) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung der Institut für Handelsforschung GmbH ins Leben gerufen. Ziel des ECC Handel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce zu informieren. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel in eigenen Studien untersucht. Es wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gefördert und ist in das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) als Branchenkompetenz-zentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

Die Tradoria GmbH

Tradoria bietet eine einzigartige E-Commerce-Lösung, die Mietshop, Marktplatz und einen zentralen Bestellvorgang in einem Angebot vereint. Die Shopsoftware ermöglicht einen sehr einfachen Aufbau des eigenen Online-Shops. Einmalig ist dabei, dass Tradoria-Shops automatisch und ohne Aufpreis das begehrte Gütesiegel von Trusted Shops erhalten. Das gemeinsame Shopping Portal, auf dem die Produkte aller Tradoria-Shops gebündelt sind, sorgt zudem für einen zusätzlichen Absatzkanal.

Die als Multimediagründung des Jahres 2009 ausgezeichnete Komplettlösung eignet sich perfekt für E-Commerce-Einsteiger, als leistungsstarker Vertriebskanal für bestehende Onlineshops oder „eBay-Powerseller“ sowie als Multichannel-Lösung für den stationären Einzelhandel.

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

Seit 1998 berät und begleitet das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, in 28 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel, Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business Lösungen. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk unabhängiger und unparteilicher Lotse für das Themengebiet „E-Business in Mittelstand und Handwerk“ etabliert. Das Netzwerk ist das einzige bundesweite Angebot seiner Art und vereinzelt jährlich rund 30.000 Besucher in Beratungen und Veranstaltungen. Es stellt Informationen in Form von Handlungsanleitungen, Studien und Leitfäden zur Verfügung, die auf dem zentralen Auftritt www.ec-net.de heruntergeladen werden können. Die Arbeit des Netzwerks wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

Presseanfragen

E-Commerce-Center Handel
c/o Institut für Handelsforschung GmbH
Adrian Hotz, Projektleiter
Dürener Straße 401b, 50858 Köln
Tel.: +49 (0) 221 / 94 36 07 70
Fax: +49 (0) 221 / 94 36 07 59
E-Mail: a.hotz@ecc-handel.de
Internet:
www.ecc-handel.de
www.ifhkoeln.de

Anzahl Zeichen (mit Leerzeichen): 993