

Verzeichnis medien

[vdav] Mitglieder-Zeitschrift _ Ausgabe 6 | Dezember 2018

[vdav] intern

eprivacy und kein Ende

Seite 3

Aus den Mitgliedsunternehmen

GfK 2018 belegt:

Das Telefonbuch, Gelbe Seiten
und Das Örtliche als Neukunden-
„Booster“ für KMU

Seite 6

Bundes-Schülerfirmen-Contest
prämiiert Preisträger 2018

Seite 8

Silber für die Machergeschichten
von Gelbe Seiten beim Annual
Multimedia Award 2019

Seite 9

[vdav]

Der Deutsche
Medien-Mittelstand.
Kommunikation. Information. Kontakte.

AUS DEN MITGLIEDSUNTERNEHMEN

GfK 2018 belegt: Das Telefonbuch, Gelbe Seiten und Das Örtliche als Neukunden-„Booster“ für KMU

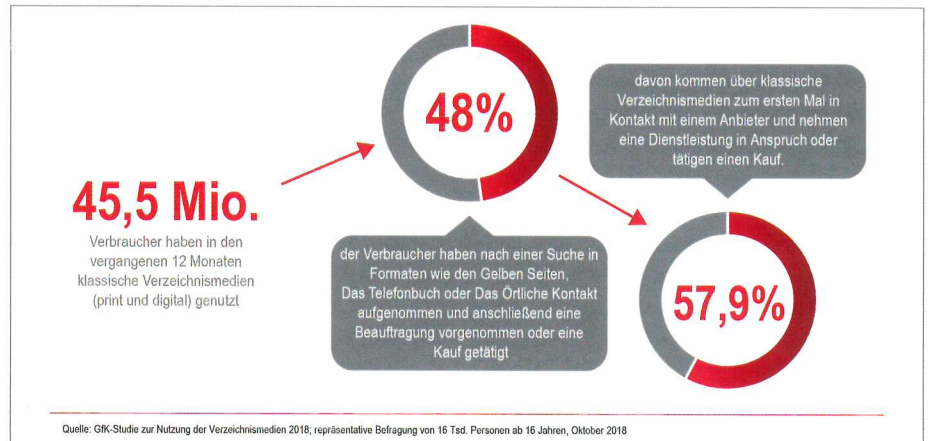
Das Telefonbuch
Alles in einem

Gelbe Seiten

Das Örtliche

Unendlich viele Treffer, wenig Übersicht. Wer heutzutage online oder mobil ein Produkt oder einen Dienstleister sucht kommt an den großen Suchmaschinen, wie Google oder Bing, einfach nicht mehr vorbei. Jede öffentlich zugängliche Seite wird überprüft, indexiert und in den Suchprozess aufgenommen. Das Ergebnis ist eine unüberschaubare Flut an Treffern. Selbst für sehr genaue Suchen, wie beispielsweise nach einer bestimmten Dienstleistung in einer Kleinstadt oder Region, werden eine große Zahl an Suchergebnissen generiert. Für allgemeinere Suchen, oder Suchen in Großstädten, können es auch schon mal unzählige sein.

Aber Masse ist in diesem Fall nicht gleich Klasse. Zwar haben die Suchalgorithmen im Laufe der Zeit immer besser gelernt, relevante Inhalte zu erkennen. Dennoch dominieren auch bei regionaler Suche oft Anbieter mit großem Werbe-Budget und Investitionen in Suchmaschinenoptimierung die Ergebnisse. Reine Internetanbieter, sowie große nationale oder internationale Unternehmen, setzen schon lange auf digitale Technologien zur Vermarktung ihrer



Produkte und Leistungen und haben sich so einen signifikanten Wettbewerbsvorteil gegenüber lokalen Unternehmen gesichert. Denn Zeitmangel, fehlendes Know-How und die potentiellen Kosten lassen auch heute noch gerade die kleineren Betriebe vor der eigenen Digitalisierung zurückschrecken – auf Kosten ihrer langfristigen Wettbewerbsfähigkeit.

Mit dem richtigen Partner ist (digitale) Sichtbarkeit beim Verbraucher jedoch meist einfacher, als viele Unternehmer glauben. Der Komplexität des Themas und der scheinbaren Hürden zum Trotz. Klassische Verzeichnismedien, wie in erster Linie Das Telefonbuch, Gelbe Seiten und Das Örtliche, bieten den KMU hohe Reichweite, digitales Know-How und das langjährige Markenvertrauen der Verbraucher. Sie bieten Orientierung und konkrete regionale Empfehlungen. Denn gerade in Zeiten des digitalen Wandels und der unüberschaubaren Angebotsvielfalt im Internet legen diese nach wie vor hohen Wert auf die qualitativ hochwertigen Ergebnisse.

Und dieser Vertrauensvorschuss rechnet sich für die dort gelisteten KMU. Rund 24,5 Mio. Verbraucher haben 2018 in Das Telefonbuch, Gelbe Seiten und Das Örtliche nach gewerblichen Kontakten gesucht, wie eine brandaktuelle Studie der GfK zeigt. Fast jeder zweite hat im Anschluss an seine Suche ein Produkt gekauft oder eine Dienstleistung in Anspruch genommen. Knapp 12 Millionen Kunden wurden hiermit an KMU vermittelt. 57,9 Prozent davon waren Neukunden und damit potentielles Zusatzge-

schäft in der Zukunft. Insgesamt erreichen Das Telefonbuch, Gelbe Seiten und Das Örtliche mit ihren jeweils (mobiloptimierten) Webseiten, Apps und Printausgaben sogar rund 45,5 Millionen Menschen in Deutschland. Kein Wunder, bei einer nahezu Vollbekanntheit (gestützt).

Gerade ohne eigene Digitalisierung ist der Eintrag in Das Telefonbuch, Gelbe Seiten und Das Örtliche für viele KMU damit ein essentieller Baustein, um beim Verbraucher sichtbar zu sein und Neukundengeschäft zu generieren. ■ *PM Deutsche Tele Medien GmbH, 14.11.2018*

Telefonieren statt registrieren: So vereinbaren die Deutschen Termine bei Ärzten, Restaurants, Handwerkern und Co.

Eine aktuelle YouGov-Umfrage von Greven Medien zur Nutzung von Online-Terminvergaben und Reservierungssystemen zeigt: Knapp drei Viertel vereinbaren Termine am häufigsten telefonisch.

Der nächste Zahnarztbesuch ist längst überfällig, trotzdem schiebt man die Terminvereinbarung vor sich her, weil man es aus Zeitgründen nicht schafft, in der Praxis anzurufen. Auch den Termin beim Handwerker kann man meist nur während der Öffnungs-

zeiten ausmachen. Eine aktuelle Online-Befragung von YouGov Deutschland im Auftrag von Greven Medien [1] zeigt, wie die Deutschen am häufigsten Termine vereinbaren: 73 Prozent buchen ihre Termine am häufigsten telefonisch. Nur 5 Prozent nutzen vorrangig Online-Terminvergaben. Trotzdem ist die Möglichkeit, im Internet Termine zu vereinbaren, für die Hälfte der Befragten (50 %) wichtig bis äußerst wichtig. Die Online-Terminbuchung ist für Dienstleister eine gute Möglichkeit, ihren Kunden einen komfortablen Service anzubieten und sich so vom Wettbewerb abzusetzen.

73 Prozent der Befragten vereinbaren ihre Termine bei Dienstleistern am häufigsten telefonisch. 16 Prozent gehen persönlich im Geschäft vorbei und vereinbaren Termine vor Ort; bei den 18- bis 24-jährigen ist es sogar jeder Vierte (26 %). Nur 5 Prozent nutzen vorrangig die Möglichkeit der Online-Terminvergabe. Dabei sind mit 11 Prozent vor allem die jüngere Generation der 18- bis 34-jährigen Vorreiter. 37 Prozent der Befragten haben noch nie eine Online-Terminbuchung vorgenommen, bei den Männern sind es 32 Prozent. Allerdings: 50 Prozent beurteilen die Möglichkeit als wichtig bis äußerst wichtig.

„Unsere Umfrage zeigt, dass die Mehrheit der Deutschen ihre Termine mit Dienstleistern oder auch Reservierungen am häufigsten telefonisch vereinbaren. Die Nutzung von Online-Terminvergaben scheint sich also noch nicht durchgesetzt zu haben: Nur 5 Prozent nutzen diesen Weg, um Termine zu buchen – obwohl diese Möglichkeit als wichtig eingestuft wird. Warum nutzen sie also nicht mehr Menschen? Wir glauben, dass es vor allem daran liegt, dass das Angebot der Online-Terminvergaben noch nicht so weit verbreitet ist und die Buchung über Terminvergabesysteme häufig noch mit einigen Hürden verbunden ist. Richtig eingesetzt bieten Online-Terminvergaben nämlich einen großen Service-Mehrwert für Kunden – und für Unternehmer das Potential sich vom Wettbewerb abzusetzen“, kommentiert Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien.

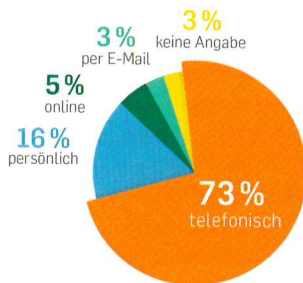
Online-Terminvergaben im Netz: hohes Potenzial für Dienstleister

Telefonieren statt registrieren

Eine aktuelle YouGov-Umfrage* von Greven Medien zeigt: Knapp drei Viertel der Deutschen vereinbaren Termine bei Dienstleistern am häufigsten telefonisch.

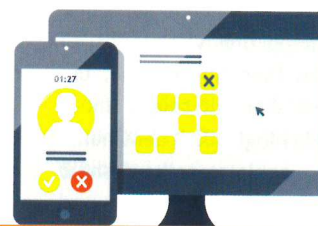
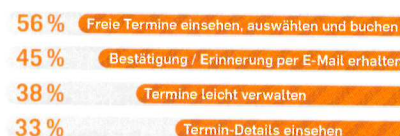


So werden Termine am häufigsten vereinbart:



Aber: Jeder Zweite der Befragten (50 %) findet die Möglichkeit einer Online-Terminvergabe wichtig bis äußerst wichtig.

Diese Eigenschaften einer Online-Terminvergabe sind für die Befragten interessant:



* Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.042 Frauen und Männer im August 2018 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Obwohl die Hälfte der Befragten die Möglichkeit einer Online-Terminbuchung als wichtig bis äußerst wichtig einstufte, nutzen nur 5 Prozent der Befragten diesen Weg am häufigsten. „Das Potential ist groß, dennoch bieten nur die wenigsten Unternehmen und Dienstleister auf ihrer Website Online-Terminbuchungen an. Interessierte Kunden müssen deshalb während der Öffnungszeiten anrufen, um einen Termin zu vereinbaren“, so Hünemohr. Dabei bringt die Einrichtung von Online-Terminbuchungssystemen für Unternehmen und Dienstleister einige Vorteile mit sich: Es spart Ressourcen, die Daten der Buchenden sind aktuell und auf einen Blick einsehbar und mehr Termine führen letztendlich auch zu einer Umsatzsteigerung.

Gerade Dienstleister wie Ärzte, Restaurantbetreiber oder Handwerker haben einen dicht getakteten Terminkalender. Es kostet sie viel Zeit, neben der eigentlichen Tätigkeit noch Anrufe entgegenzunehmen, um Termine abzustimmen. Ein Service von Greven Medien und Das Telefonbuch für Unternehmer und Dienstleister ist das Online-Buchungstool „Der TerminService“. Damit können Gewerbetreibende den Verwaltungsaufwand enorm verringern, sich selbst und Mitarbeiter entlasten und trotzdem mehr Kunden gewinnen.

Denn auch für Kunden ist die digitale Terminbuchung deutlich komfortabler. 56 Prozent der Befragten schätzen vor allem die Möglichkeit, alle freien Termine einsehen zu können und selbst auszuwählen, welchen Termin sie buchen möchten. 45 Prozent finden Terminbestätigungen und -erinnerungen per E-Mail oder SMS vorteilhaft und 38 Prozent schätzen es, dass sie ihre Termine leicht verwalten, verschieben oder absagen können. Für 33 Prozent ist es besonders interessant, Termindetails einzusehen. So können z.B. Arztpraxen hinterlegen, bei welchem Arzt der Termin stattfindet. Wichtig ist vor allen Dingen die einwandfreie Umsetzung auf der Website: Ist die Bedienung nicht intuitiv oder die Seite zur Buchung nicht erreichbar, springen Termininteressierte ab. Eine aufwändige Registrierung, die der Terminbuchung voraus geht, kann ebenfalls ein Grund dafür sein, dass Interessierte die Buchung nicht abschließen.

Wo werden Termine online vereinbart?

Am häufigsten werden Online-Termine übrigens für Arztbesuche gemacht: 23 Prozent geben an, hierfür bereits Termine gebucht zu haben. Dicht darauf folgen Online-Reservierungen bei Restaurants (22 %) sowie bei Ämtern oder anderen öffentlichen Einrichtungen (21 %). Noch eher selten nutzen die Deutschen die Online-Terminbuchung bei

Autowerkstätten (13 %), Friseur- und Beauty-salons (8 %), bei Sport- und Fitnesskursen (7 %), Handwerkern (6 %) und Anwälten (4 %). Hier bietet sich für viele Unternehmen ein enormes Potential, mit einem gut funktionierenden, intuitiven und responsiven Online-Terminvergabesystem, ihren Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten und damit einen Wettbewerbsvorteil zu schaffen.

Tipps zur telefonischen Terminvereinbarung

Die Anzahl derer, die am häufigsten ihre Termine telefonisch vereinbaren, ist überraschend hoch. Knapp drei Viertel (73 %) rufen vorrangig bei Dienstleistern an, um Termine zu buchen. Wer auf seiner Unternehmenswebsite die Möglichkeit der Online-Terminvergabe nicht anbietet, sollte deshalb immer dafür sorgen, dass Kontaktdaten und Impressum stets aktuell sind und interessierte Kunden problemlos telefonisch Termine vereinbaren können. Lokale Suchanfragen erfolgen fast ausschließlich über das Smartphone. Deshalb sollten Unternehmen ihre Auffindbarkeit in Suchmaschinen zusätzlich durch den Einsatz von lokaler Suchmaschinenoptimierung (Local SEO) steigern. Außerdem empfehlenswert: Ein Eintrag der wichtigsten Unternehmensinformationen in Google My Business. Durch einen solchen Eintrag können Unternehmen schneller und besser gefunden werden und Google liefert Suchmaschinen-Nutzern alle angegebenen Informationen auf einen Blick. Übrigens: Mit dem Local Listing Check auf greven.de können Unternehmen in wenigen Sekunden die Auffindbarkeit ihres Unternehmensstandorts überprüfen.

[1] Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2042 Frauen und Männer im August 2018 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Über die Greven Medien GmbH & Co. KG

Greven Medien bietet als 360-Grad-Dienstleister kompetente Beratung bei lokalem Marketing im On- und Offline-Bereich sowie weitere Services, wie die Website-Erstellung, Suchmaschinenwerbung und -optimierung und Social-Media-Angebote. Greven Medien

pflegt über 25.000 Kundenbeziehungen im Rheinland. ■ PM Greven Medien GmbH & Co. KG, 11.10.2018

Bundes-Schülerfirmen-Contest prämiert Preisträger 2018

Insgesamt nahmen dieses Jahr 169 Schülerfirmen aus ganz Deutschland an der öffentlichen Online-Abstimmung auf dem Portal www.bundes-schuelerfirmen-contest.de teil. Über einen Zeitraum von 6 Monaten sammelten sie insgesamt knapp 22.500 Votes. Die 20 Teilnehmer mit den meisten Stimmen kamen in die Endauswahl zur Bewertung durch eine Fachjury. Michael Oschmann, Initiator des Contests, überreichte die Preise zusammen mit Abgeordneten aus den Wahlkreisen der Schülerfirmen. Seit Jahren hat das Bundeswirtschaftsministerium die Schirmherrschaft der Initiative inne und stellt den feierlichen Rahmen der Preisverleihung in Berlin.

Das Nepalprojekt der Schülerfirma vom Geschwister-Scholl-Gymnasium wurde bereits 2005 gegründet und ist ein gutes Beispiel für ein umfassendes und vor allem kontinuierliches Engagement von Schülerinnen

und Schülern. Nicht nur das hat die Fachjury überzeugt. Die Schülerfirma röstet und verkauft eigens importierten Rohkaffee nepalesischer Bergbauern, um ein Highlight aus dem Portfolio der jungen Unternehmer hervorzuheben. Mit den Erlösen unterstützt die Namaste Nepal S-GmbH Dörfer in Nepal, um vom Erdbeben im Jahr 2015 zerstörte Schulen wiederaufzubauen. Im Rahmen der Preisverleihung im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie nahmen sie den mit 2.000 Euro dotierten Preis für den ersten Platz entgegen.

Den zweiten Platz belegte „REVELC“ aus Kaiserslautern. 16 junge Unternehmer vom Albert-Schweitzer-Gymnasium bauen und verkaufen den sogenannten „Smartmirror“. Eine innovative Kombination aus Spiegel mit Displayfunktion, um Content geschickt zu platzieren. Die Schülerfirma REVELC erhielt als Auszeichnung ein Preisgeld in Höhe von 1.500 Euro.

Auf den dritten Platz der besten Schülerfirmen Deutschlands hat es „dot. – Drummel on Tour“ geschafft. Für die Schülerinnen und Schüler aus Werne hat sich die Reise nach Berlin gelohnt. Sie freuen sich über ein Preisgeld in Höhe von 1.000 Euro. Mit ihrem Kinderbuch, das für Europa begeistert, konnten die Schüler des Gymnasium St. Christophorus die Jury für sich gewinnen. Die Plätze vier bis zehn erhielten jeweils ein Preisgeld in Höhe von 500 Euro.



Fotograf Ulrich Schuster (<https://ulrichschuster.com/>)