



designed by Freepik.com

# DER ONLINE MARKETING REPORT FÜR HANDWERKER

ONLINE MARKETING REPORT FÜR DAS SIEGERLAND

2015

## Vorwort

**Das Siegerland** – ein einzigartiges Stückchen Erde. Die Region Südwestfalen, zu der auch das Siegerland gehört, ist eine der stärksten Industrieregionen Deutschlands. Trotz der eher ländlichen Prägung gibt es rund um Siegen zahlreiche (unbekannte) Weltmarktführer, sogenannte Hidden Champions. Der Erfolg kommt nicht von ungefähr, denn sie haben funktionale Produkte entwickelt, die der Markt braucht. Damit der Erfolg auch weiterhin bestehen bleibt, wird Online Marketing immer wichtiger für Unternehmen. Größere, und vor allem auch international ausgerichtete Unternehmen, haben bereits erkannt, dass gutes und effizientes Online Marketing heutzutage sehr wichtig ist, um sich vor allem von seiner Konkurrenz stärker abzuheben und Online Marketing so zum massiven Wettbewerbsvorteil werden kann.

Das Siegerland ist geprägt von vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen. Genau hier setzen wir an und gehen im Report auf das vorhandene Potenzial im Bereich Onlinewerbung für Handwerksbetriebe ein.

### **Vor allem Kleinunternehmen fragen sich, warum muss ich denn eine Homepage haben, oder online für mich werben?**

Ich habe einen Standort an einer Straße mit viel Laufkundschaft und werbe wöchentlich im Siegerlandkurier oder Ähnlichem. Die Antwort darauf ist simpel: Entwicklung.

Ein guter Internetauftritt ist mittlerweile ein Muss für jedes Unternehmen, denn Fakt ist: 86% aller Smartphonebesitzer nutzen täglich das mobile Internet und sind defacto ständig online. Viele davon suchen nach Dienstleistungen und Produkten oder auch nach lokalen Anbietern und Geschäften. Vor allem die Generation bis 35 Jahre nutzt das Internet, um sich über Unternehmen zu informieren. Dabei sind sie jedoch nicht auf ihren Laptop zu Hause beschränkt. Unabhängig von Zeit und Ort können Kunden das Internet über ihr Handy nutzen - und das tun sie auch!

*„86% aller deutschen Smartphonebesitzer nutzen täglich das mobile Internet, 16% davon nutzen es zur lokalen Suche nach Dienstleistern und Services.“*

Quelle: <http://think.withgoogle.com/mobileplanet>

Bei Wartezeiten z.B. an der Bushaltestelle wird das Handy gezückt und über Google beispielsweise nach der Nummer für einen Handwerker gesucht, der Ihm später das Bad renovieren soll.

Das Potenzial verschiedener Handwerks-Branchen im Bereich Siegen decken wir in diesem Report auf. Viele Branchen sind nur sehr spärlich in Internet vertreten. Gerade dort hat man als einer der Ersten, der den Schritt ins Online Marketing macht große Vorteile. Viele würden sich wundern, wenn sie sehen, wie viele Suchanfragen es zu genau ihrem Unternehmen und ihrer Region gibt und wie viele Kunden sie nicht erreichen, weil Sie keine Anlaufstelle im Netz haben. Innerhalb des Reports wird branchenspezifisch das Suchvolumen im Internet auf Google in der Region rund um Siegen analysiert. Dieses Suchvolumen wird dann verglichen mit der Anzahl an Webseiten, die zu der Branche existieren. Der Einfachheit halber werden Daten vom Portal Gelbe Seiten verwendet, um die Anzahl an Webseiten zu messen. Denn nicht alle tatsächlich existierenden Seiten sind auffindbar oder aktuell. Gelbe Seiten bietet ein gutes Spektrum an Unternehmen, die sich auf dem Markt befinden.

## Inhaltsverzeichnis

Online Marketing? Was ist das? _____	Seite 4
Responsive Website - Der wichtigste Schritt ins Online Marketing _____	Seite 4
Suchmaschinenoptimierung für Handwerker und kleine Unternehmen _____	Seite 4
Google MyBusiness- In Google Suche, Maps und Google+ gefunden werden _____	Seite 5
Lokales Suchmaschinenmarketing mit Google Adwords - Effizient und preiswert! _____	Seite 5
Social Media Marketing - In Interaktion mit dem Kunden treten _____	Seite 6
Branchenüberblick _____	Seite 7
Sanitär, Heizung, Klima _____	Seite 7
KFZ Betriebe _____	Seite 8
Maler & Lackierer _____	Seite 10
Dachdecker _____	Seite 11
Garten- & Landschaftsbau _____	Seite 12
Weitere Informationen zum Onlinemarketing _____	Seite 14

## Online Marketing? Was ist das?

Der Begriff Online Marketing umfasst zunächst einige Unterkategorien, wie etwa Suchmaschinenmarketing mit Google Adwords, Suchmaschinenoptimierung, Newsletter Marketing, Social Media Marketing etc. Jeder kleinere Betrieb und Unternehmer hat sich, wenn er es nicht schon betreibt, mit Sicherheit einmal gefragt, was von diesen Online Marketing Maßnahmen er als Handwerker überhaupt braucht und ob es sich für ihn auch lohnt. In diesem Beitrag finden Sie zu den unterschiedlichen Online Marketing Maßnahmen Vorteile als auch Nachteile speziell für Handwerksbetriebe und lokal tätige kleine Unternehmen.

### Responsive Website - Der wichtigste Schritt ins Online Marketing

Der erste Schritt ins Online Marketing, stellt meistens die Unternehmenswebseite dar. Mit einer eigenen Webseite können Sie im Internet besser gefunden werden, Sie können Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen präsentieren. Mit weiteren Online Marketing Maßnahmen können Sie diese dann weiter bewerben.

Doch brauchen Sie als Handwerksbetrieb eine Webseite? Und wenn ja, worauf sollten Sie achten?

Eine Webseite macht heutzutage für fast jeden Betrieb Sinn - auch für kleinere Unternehmen. Wenn Sie Ihren eigenen Informationsbeschaffungsweg einmal beobachten, werden Sie merken, dass Sie sehr oft das Internet nutzen, um an Informationen zu Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen zu kommen. Beliebte sind auch sogenannte Bewertungsportale, in denen Rezensionen zu Produkten oder Dienstleistungen verfasst, als auch gelesen werden können. Niemand möchte sich gerne die „Katze im Sack“ kaufen. Der Trend, Dienstleistungen im klassischen Branchenbuch zu suchen, geht immer mehr zu Online-B Branchenverzeichnissen, Bewertungsportalen und deutlich zu Google. Menschen sind „ständig“ online und mobil. Wird nach einer bestimmten Dienstleistung verlangt, wird schnell das Smartphone gezückt und gegoogelt. Der erste Schritt, in diesem Fall auch gefunden zu werden, stellt eine Webseite dar. Investieren Sie jedoch in jedem Fall in eine Responsive Website. Was bedeutet „Responsive Website“? Damit sind Webseiten gemeint, die auf allen Endgeräten angezeigt werden können und optimal dargestellt werden. Egal ob Smartphone, Tablet, Laptop oder PC - Sie müssen nicht zoomen oder hin und her scrollen. Text und Bilder passen sich der Auflösung Ihres Geräts an. Eine seriöse Webseite kann außerdem für interne Zwecke sehr sinnvoll sein. Durch den Fachkräftemangel, besonders in handwerklichen Betrieben, ist es schwierig gute und qualifizierte Mitarbeiter oder neue Auszubildende zu finden. Auf Ihrer Webseite können Sie Ihren Betrieb schmackhaft machen, Ihre Mitarbeiter vorstellen und so Nähe zum potenziellen Kunden oder Bewerber aufbauen. Eine kleine Webseite muss zudem nicht teuer sein. Mithilfe von Content-Management-Systemen (CMS) wie z.B. Joomla oder Wordpress haben Sie schnell eine Webseite installiert und zahlreiche Templates, die Sie im Internet günstig erwerben können runden Ihren Internetauftritt ab.

Kurz und knapp:

- Erster Schritt ins Online Marketing
- Auffindbarkeit im Internet
- Seriöser Internetauftritt weckt Vertrauen
- Details zum Unternehmen, Mitarbeitern und Leistungen präsentieren
- Potenzielle Mitarbeiter und Kunden neugierig machen
- Basis für weitere Online Marketing Maßnahmen

### Suchmaschinenoptimierung für Handwerker und kleine Unternehmen

Damit ihr Unternehmen, als auch Ihre angebotenen Dienstleistungen und Produkte im Internet gefunden werden, ist eine Suchmaschinenoptimierung sinnvoll. Diese braucht für kleinere Unternehmen wie z.B. einen Handwerksbetrieb nicht sehr groß ausfallen. Denn meistens sind Sie lokal tätig in einem bestimmten Umkreis. Eine Optimierung ist daher nicht so teuer wie bei einem national oder international tätigen Unternehmen.

Was bedeutet Suchmaschinenoptimierung nun genau? Sucht beispielsweise jemand nach Dachdeckern in Siegen, dann klickt derjenige im Normalfall eine der ersten angezeigten Links auf der ersten Seite der Google Suchergebnisse an. Das bedeutet für Sie: Umso weiter Ihre Webseite hinten in den Suchergebnissen angezeigt wird, oder gar erst auf Seite fünf oder sechs, desto geringer ist auch die Chance, dass jemand Ihre Webseite über die Suchmaschine besucht. Das Gute an der Suchmaschinenoptimierung ist, dass Sie Google nicht dafür bezahlen müssen, um weit oben zu stehen. Google stuft Seiten nach einem bestimmten Algorithmus ein und ordnet sie zum einen nach der technischen Verfassung der Seite und zum anderen nach Relevanz Ihres Contents. Die technische Seite deckt die klassische On-site-Programmierung ab. Suchmaschinenfreundliche Programmierung, relevante Keywords und Title-Tags fließen in die Bewertung durch Google ein. Aber auch die Ladezeiten und Programmierung der Webseite für mobile Endgeräte haben eine starke Bedeutung für Ihr Ranking. Alte, nicht aktuelle und dem Google-Algorithmus nicht entsprechende

Seiten werden hingegen abgestraft und verlieren Plätze im Ranking. Noch wichtiger als die Usability ist jedoch die Relevanz der Inhalte Ihrer Seite für die Nutzer. Google möchte seinen Kunden immer die relevantesten Seiten anzeigen. Um dabei „relevanter“ zu werden heben wir relevante Keywords hervor, geben Input für guten Content und halten Ihre Webseite auf dem neusten Stand für Ihre Besucher.

Kurz und knapp:

- (lokale) Suchmaschinenoptimierung muss nicht teuer sein
- Suchmaschinenoptimierung ist kein Hexenwerk
- Gute und kontinuierliche SEO ist sehr effizient und nachhaltig
- Lassen Sie sich von potenziellen Kunden finden.

### Google MyBusiness- In Google Suche, Maps und Google+ gefunden werden.

Seit einiger Zeit gibt es von Google das sogenannte MyBusiness Konto, in dem Sie ganz einfach Ihr Unternehmensprofil verwalten können. Was genau ist das?

Im MyBusiness von Google legen Sie einmalig ein Konto an, in dem Sie alle Ihre Kontaktdaten und Informationen zu Ihrem Unternehmen einpflegen. Dann werden Sie nicht nur in der Google Suche gefunden, sondern auch in Google Maps und Google+. Dieser geringe Aufwand ermöglicht Ihren potenziellen Kunden maximale Transparenz, denn Kontaktdaten, Öffnungszeiten, sowie Bewertungen von anderen Kunden sind einfacher zu finden – auch wenn Sie keine Webseite besitzen. Falls Sie schon eine Webseite besitzen, umso besser. Besucher Ihres Google+ Profils oder von Google Maps gelangen durch einen Link ganz einfach auf Ihre Webseite. Das Gute: Das Ganze hat außerdem positive Effekte auf Ihre Suchmaschinenoptimierung.

Vor allem bei mobilen Suchanfragen nach lokalen Dienstleistern in der Nähe, können so sehr leicht und übersichtlich wichtige Kontaktinformationen und Öffnungszeiten für potenzielle Kunden bereitgestellt werden. Der Nutzer kann direkt aus Ihrer MyBusiness Anzeige Ihre Telefonnummer am Handy wählen, die Route zu Ihrem Standort berechnen oder Fotos und Bewertungen Ihres Unternehmens einsehen.

Kurz und knapp:

- Minimaler Aufwand, Schnell eingerichtet
- Hoher Nutzen für Ihre potenziellen Kunden
- Öffnungszeiten, Kontaktdaten, und Routenberechnung
- Positive Effekte für Ihr SEO

### Lokales Suchmaschinenmarketing mit Google Adwords - Effizient und preiswert!

Falls eine Suchmaschinenoptimierung nicht ausreicht, oder für bestimmte zu optimierende Keywords zu teuer und aufwendig ist, haben Sie die Möglichkeit mittels Google Adwords, Anzeigen innerhalb der Suchergebnisse zu schalten. Diese kostet zwar etwas, aber nur wenn ein Nutzer wirklich auf Ihre Anzeige klickt und auf Ihre Webseite zu Ihrem beworbenen Produkt oder Dienstleistung gelangt. Die Anzeigen werden für bestimmte Suchbegriffe/Keywords auf der ersten Seite ganz oben über den normalen Suchergebnissen angezeigt oder an der Seite. Die Vorteile liegen klar auf der Hand: Sie erreichen genau Ihre Zielgruppe, die nach Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung sucht.

Suchmaschinenmarketing ist also enorm effizient. Weiterhin gibt es beim Suchmaschinenmarketing die Möglichkeit Displaywerbung zu schalten. Sollte ein Nutzer nach einem Ihrer Keywords gesucht haben, sich aber auf anderen Webseiten befinden, können dort ebenfalls Ihre Anzeigen geschaltet werden. Denn auf vielen Seiten mit hohem Besucheraufkommen sind Webflächen an Google verkauft. Verschiedene Werbemöglichkeiten, sei es ein Bild oder ein Video können auf eben diesen Flächen für potenzielle Kunden angezeigt werden. Ein weiterer Vorteil von Suchmaschinenmarketing ist, dass Sie alle Aktionen von Nutzern messen können und genau sehen wofür Sie Ihr Werbebudget ausgeben.

Aber warum macht Suchmaschinenmarketing vor allem auch für lokale Unternehmen Sinn? Gewisse Suchbegriffe, die sehr oft gesucht werden, sind auch dementsprechend teurer, als Nischenprodukte die nicht so häufig gesucht werden. Ihr Vorteil: Wenn Sie ein lokal tätiges Unternehmen sind, können Sie Ihre Anzeigen auf eine bestimmte Region im Umkreis beschränken. Das macht die Werbekosten um einiges geringer. Aber auch größere Unternehmen, die Nischenprodukte bewerben wollen, können mittels Suchmaschinenmarketing relativ günstige Anzeigen schalten.

Kurz und knapp:

- Zusätzliche Werbemöglichkeit neben der klassischen Suchmaschinenoptimierung
- Ideal zur Bewerbung von Nischenprodukten
- Nur bezahlen, wenn auf Ihre Anzeige geklickt wird

### Social Media Marketing - In Interaktion mit dem Kunden treten

Neben einer klassischen Webseite und Google Produkten können potenzielle und bestehende Kunden ebenfalls über Social Media Kanäle angesprochen werden. Das geht sogar sehr gezielt, da man auch hier bestimmte Interessensgruppen bewerben kann. Die namhaftesten und wohl bekanntesten Social-Media-Plattformen sind heutzutage Facebook, Google+ und Twitter. Sie bieten eine große Auswahl an Kommunikationsmöglichkeiten – und das zumeist auch kostenlos. Inzwischen ist auch fast allen größeren Unternehmen klar geworden, dass auf Social-Media im digitalen Zeitalter nicht mehr verzichtet werden kann. Doch bei kleineren Unternehmen muss man diese Aussage ein wenig differenzierter betrachten. Social-Media ist nicht „mal eben so nebenbei“ gemacht. Es erfordert zumeist einen ausgebildeten Mitarbeiter, der speziell für Facebook, Twitter & Co eingesetzt wird. Denn oft muss auf Kundenanfragen, -beschwerden oder aber auch spezielle Wünsche der Kunden eingegangen werden. Als Alternative ist für kleinere Unternehmen ist es daher ratsam, sich von einer Agentur unter die Arme greifen zu lassen. Sie geben kleineren Unternehmen das Know-How und erstellen in Zusammenarbeit einen Redaktionsplan, geben Tipps für Content und helfen bei Auswahl des richtigen Zeitpunkts und Kanals zum posten von Events und Neuigkeiten. Besonders geeignet für den Einsatz von Social-Media im Bereich KMU (kleinere- und mittlere Unternehmen) sind Unternehmen, die in direktem Kontakt zum Endkunden stehen. So ist es für Gaststätten, Diskotheken und Geschäfte, die regelmäßig von Kunden besucht werden inzwischen fast unmöglich auf die Sozialen Kanäle zu verzichten. Denn dort gibt es die Möglichkeit Events zu erstellen, an denen die User teilnehmen und ebenfalls ihre Freunde dazu einladen können. Im Anschluss daran können Bilder der Party oder des speziellen Anlasses gepostet werden. Außerdem ist es sinnvoll, Sonder- oder Rabattaktionen zu bewerben.

Im Bereich Handwerk hat Social-Media zugegebenermaßen keinen hohen Stellenwert, allerdings kann es nicht schaden, sich auch bei Facebook zu präsentieren, sofern Sie die Kapazitäten dafür haben. Doch bei Social-Media ist auch Vorsicht geboten. Wenn Sie sich bei Ihren Kunden unbeliebt machen, droht ein Shitstorm. Sie bekommen schlechte Rezensionen und Kommentare, in denen sich Kunden über die Verschlechterung Ihrer Leistung öffentlich äußern. Alles in allem ergibt sich durch die Nutzung von Social-Media jedoch ein großer Vorteil. Sie sind nah am Kunden, können mit ihm kommunizieren und Neuigkeiten aus Ihrem Unternehmen mitteilen. Wenn dem User ihre Beiträge gefallen, wird er sie mit seinen Freunden teilen und so für kostenlose Werbung sorgen. Alles in allem handelt es sich also um eine kostenlose und moderne Customer-Relationship Plattform.

Kurz und knapp

- Kostenlose Infos für Interessierte User
- Direkter Kontakt mit Kunden
- Präsentation von Unternehmensneuigkeiten & Events
- Modernes Customer-Relationship System

## Branchenüberblick

### Potenziale der SHK Branche

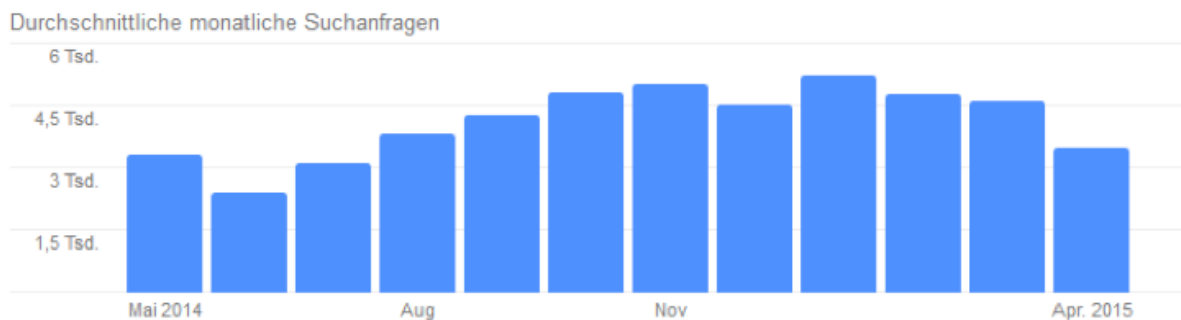
Die erste Branche in unserem Online Marketing Report ist die der SHK-Branche. Durch unsere Zusammenarbeit mit einem SHK-Betrieb und der Handwerker Innung wissen wir, dass gerade bei Handwerkern eine gewisse Skepsis gegenüber dem Internet herrscht. Ohne die nötigen Kenntnisse ist es noch immer schwierig selbst eine Webseite ins Leben zu rufen, oder online **effizient** für sich Werbung zu machen.

Als Ausgangspunkt für die Analyse nehmen wir zunächst einmal das erwartete Suchvolumen für die Branche, und die gängigsten Keywords, nach denen man suchen würde, wenn man die Leistungen eines SHK Betriebs benötigt:

Sanitär:



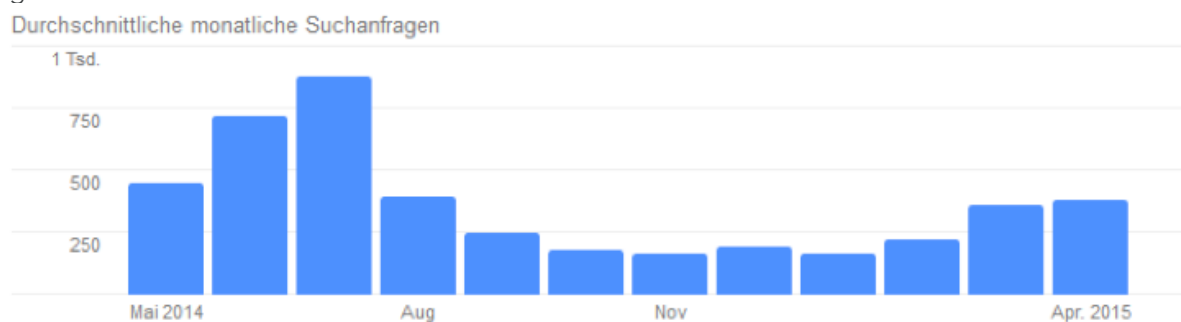
Heizung:



Haustechnik:



Klimaanlage:



An den Grafiken sieht man, dass die Suchanfragen zum Teil sehr hoch sind. Dabei kann man bei den ersten 3 Keywords kein genaues Raster erkennen, dass z.B. im Winter weniger danach gesucht wird. Bei Klimaanlage kann man einen großen Unterschied zwischen Sommer und Winter erkennen. Vor allem im Juni und Juli wird hier nach Klimageräten gesucht. Bei Heizung hingegen ist der Juni der schwächste Monat in Bezug auf die Suchanfragen. Allerdings ist hier der Unterschied zwischen den Monaten nicht so gravierend wie bei Klimageräten. Die höchsten Suchanfragen erreichen Google eindeutig über das Thema Heizung. Hier muss man aber davon ausgehen, dass viele sich nur über alternative Heizmethoden informieren möchten. Trotzdem ist es gut auch dort in den Suchergebnissen aufzutauchen. Denn wenn sich der Kunde für eine Heizung entschieden hat, kann er direkt den Heizungsbauer beauftragen, den er in den Ergebnissen gesehen hat. Interessant ist auch noch zu erwähnen, dass es sich um Suchanfragen pro Monat handelt. D.h. Jeden Monat suchen nur im Bereich Siegen, Freudenberg, Wilnsdorf & Kreuztal fast 5000 Leute nach diesen Produkten.

Jetzt werden diese Daten mit der Anzahl der Betriebe mit und ohne Webseite im Einzugsgebiet von Siegen verglichen. Die Suche nach Unternehmen wurde auf GelbeSeiten.de mit den gleichen Keywords gesucht, deshalb kann es, wenn Betriebe sowohl Sanitär, als auch Heizung anbieten zu Doppelnennungen kommen. Insgesamt wurden bei Sanitär 2 Einträge gefunden, von denen keine eine Webseite besitzt. Bei Heizung sieht es schon besser aus, denn dort gab es 13 Einträge, von denen 9 eine Webseite besitzen. Viele Einträge gab es bei Haustechnik. Es wurde insgesamt 42 Einträge im Siegerland gesichtet. Allerdings gab es dort nur 3 Unternehmen, die eine Webseite besitzen. Im Bereich Klima gibt es kaum Unternehmen, die auf GelbeSeiten vertreten sind. Ein Unternehmen wurde dort gefunden, welches auch eine Webseite besitzt.

Zusammenfassend gibt es 58 Betriebe, die gelistet sind. Von denen haben allerdings nur 13 eine überhaupt einen Webauftritt. Von diesen 13 Webauftritten, sind allerdings auch viele nicht mehr technisch auf dem neusten Stand. Dies sind nur ca. 23% der Branche.

Basierend auf den Suchvolumendaten kann man errechnen, dass derjenige, der sich als 14. Unternehmen einen Webauftritt anschafft mit ca. 357 Suchanfragen pro Monat rechnen kann!

### Potenziale der KFZ Betriebe

Als zweiter Bereich innerhalb der Handwerker untersuchen wir den Kfz Bereich. In diesem Bereich hatte ich selbst schon Erfahrung sammeln müssen. Ich besitze ein Auto und diese hat zu meine Glück bisher seit meinem Umzug nach Siegen keine Probleme bereitet. Doch ab einem gewissen Alter treten selbst beim besten Wagen Probleme auf. Da ich aus dem Gedächtnis keine Anlaufstelle für eine Kfz-Werkstatt wusste, bemühte ich zunächst Google. Doch die Ergebnisse in der Nähe waren mehr als spärlich. In eine Großstadt wird es doch wohl Werkstätten geben?! In den kommenden Tagen hielt ich die Augen offen, und habe tatsächlich eine Werkstatt auf dem Weg zur Uni erspähen können. Ist es im Kfz-Bereich wirklich noch nicht üblich sich Online zu vermarkten. Warum habe ich nicht direkt über Google Adwords eine Anzeige bekommen, in der ich sofort Anrufen und einen Termin vereinbaren kann? Zunächst einmal gibt es verschiedene Arten von Kfz-Betrieben. Neben den Werkstätten gibt es außerdem noch Gebrauchtwagenhändler, Neuwagenhändler oder Betriebe, die Inspektionen durchführen.

Ausgangspunkt der Analyse ist wie immer die Prüfung des Suchvolumens relevanter Keywords:

Kfz-Werkstatt:





## Auto Werkstatt:



## Gebrauchtwagen:



## Neuwagen:



## Inspektion:



Zu sehen ist bei den Suchvolumen, dass es vor allem in Bereich Werkstatt & Gebrauchtwagen ein sehr großes Suchvolumen gibt. Dieses ist zumeist auch noch unabhängig von der Saison oder Jahreszeit. Aber gerade auch Inspektionen sind für Werkstätten sehr lukrativ und sollten nicht außer Acht gelassen werden.

Alle Suchvolumen addiert ergeben zusammen eine sehr große Zahl an Suchanfragen. Das monatliche Suchvolumen bei Kfz-Betrieben lässt sich mit knapp 10.000 beziffern. Dies ist nur die Anzahl pro Monat! Das jährliche Suchvolumen beträgt unglaubliche 120.000! Dies ist nicht Deutschlandweit, sondern nur im Bereich Siegen, Netphen, Wilnsdorf & Kreuztal.

Diese Anzahl an Suchvolumen werden nun mit den Kfz-Betrieben in Siegen verglichen, die Online vertreten sind. Im Gegensatz zu Sanitär-Heizung-Klima, gibt es im Bereich Kfz auch einige Filialketten, die deutschlandweit, dieselben

Dienstleistungen anbieten. Gerade hier muss man als regionaler Anbieter versuchen, auch Online präsenter zu sein, um beispielsweise bei neu zugezogenen Personen einen Eindruck zu hinterlassen. Insgesamt gab es rund 210 Kfz Betriebe verschiedenster Arten, allerdings lässt sich feststellen, dass nur 6 von ihnen einen Webauftritt besitzen. Dazu kommen 3 der großen Filialketten. Bei 9 von 210 Betrieben ergibt sich ein Wert von 4,2%. D.h. nur rund 4,2 Prozent der Kfz Händler und Autowerkstätten besitzen einen Online Auftritt und können interessierte über neue Angebote informieren. Wenn man also diese 10.000 Suchanfragen pro Monat auf den nächsten, der eine Webseite anbieten möchte verrechnet, lässt sich feststellen, dass dieser je nach Angebot mit fast 1.000 Aufrufen pro Monat rechnen kann.

### Maler & Lackierer

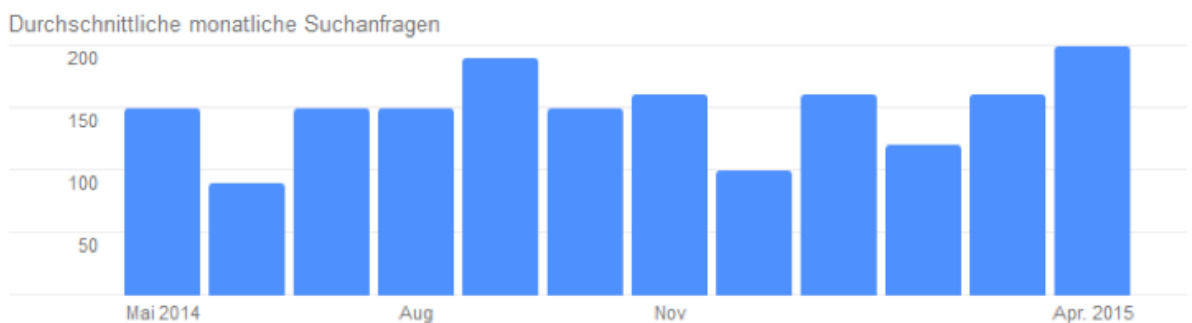
Die nächste Analyse innerhalb der Handwerker dürfen nun die Maler & Lackierer über sich ergehen lassen. Maler und Lackiererarbeiten sind keine Arbeiten, die ein regelmäßigen Abständen von bestimmten Unternehmen oder Personen durchgeführt werden. Wenn ein Raum gestrichen oder ein Auto lackiert ist, dann hält dies meist einige Jahre ohne das Unternehmen wieder besuchen zu müssen. Gerade deshalb ist es in diesem Bereich wichtig gefunden zu werden. Leute suchen nur punktuell nach den Leistungen, wenn diese gerade fällig sind. Hier ist es nicht wie bei Kfz Betrieben noch der Fall, dass man seinen Stamm-Mechaniker um Hilfe bittet. Andererseits ist das „Do it yourself“ Zeitalter, das Ende der 90er Jahre aufkam, vorbei und Leute wollen ihre Arbeit abgeben und ihre Zeit sinnvoller nutzen. Dies bringt gerade hier Chancen für das Handwerk – Aber nur wenn man auch gefunden wird und dementsprechend Aufträge bekommt.

Ausgangspunkt der Analyse ist auch hier wieder das Suchvolumen rund um Siegen für die relevanten Suchbegriffe für Maler & Lackierer.

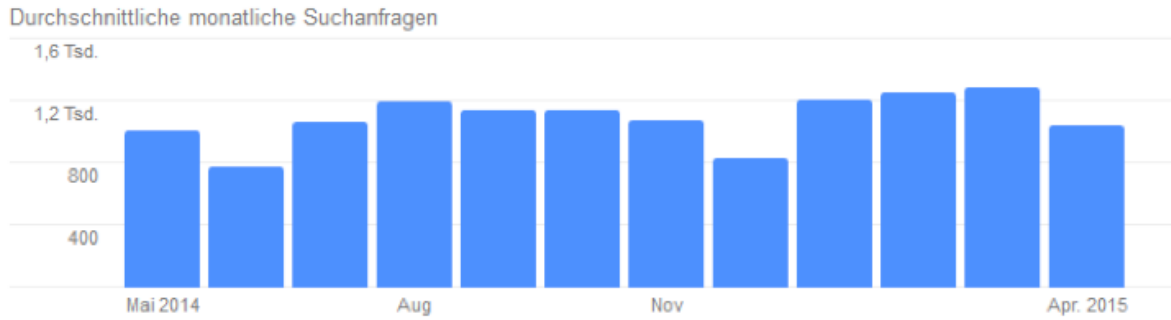
Maler:



Lackierer:



Tapezieren lassen:



Fassade sanieren:



Anhand des Suchvolumens lässt sich erkennen, dass viele Leute nach einem Handwerker suchen, die für sie Tapezieren oder Anstreichen. Aber auch Lackierer werden gesucht. Selbst bei „nur“ 150 Suchanfragen sind viele relevante Personen dabei, die sich von Ihren Dienstleistungen überzeugen lassen wollen. Kumuliert sind es für diesen Teil der Branche etwa 3.600 Suchanfragen! Pro Jahr sind das stolze 43.800 Suchanfragen nur im Siegerland!

Nun möchten wir analysieren, welche Unternehmen bereits Online vertreten sind. Dazu benutzen wir wieder die Umkreissuche von Gelbseiten.de. Im Umkreis von Siegen gibt es demnach 84 Betriebe, von denen nur 11 eine Webseite besitzen, mit der sie ihre Kunden informieren können. Demnach haben nur 13% der Maler und Lackierer überhaupt eine Webseite. Hier haben Unternehmen, die bereits eine Webseite haben und Suchmaschinenmarketing mit Google Adwords einsetzen oder eine Suchmaschinenoptimierung durchgeführt haben sehr viel bessere Chancen im wechselhaften und immer schneller werdenden Markt zu bestehen. Wenn Sie das 12. Unternehmen sind, das den Schritt ins Internet wagt, dürften für Sie etwa 300 Suchanfragen pro Monat erwarten, wenn sich der Suchende nur eine Webseite anschaut und die Klicks sich auf alle Konkurrenten gleichmäßig verteilen. Dies könnte Ihre Chance sein, mehr Neukunden zu gewinnen!

## Dachdecker

Immer in der Höhe und immer gefährlich. Trotzdem überlegen sich viele Haushalte ihre Dächer sanieren zu lassen. Dabei spielt oft die Wärmedämmung eine große Rolle. Heizkosten steigen seit Jahren und Investitionen in dem Bereich amortisieren sich schnell. Doch selbst Hand anzulegen bei Dacharbeiten wird sich kaum jemand überlegen. Da wird lieber schnell Online nach einem geeigneten Kandidaten gesucht, der die Arbeit für einen durchführen kann. Im Bereich der Dachdecker sind meist Arbeiten mit großem Umsatz verbunden. Die Renovierung eines Dachstuhls liegt sicher immer im mindestens 4-Stelligen Euro Bereich.

Zunächst Analysieren wir wieder die erwarteten Suchvolumen im Bereich Siegen, Wilnsdorf, Netphen und Kreuztal für relevante Keywords, nach denen potenzielle Kunden suchen würden:

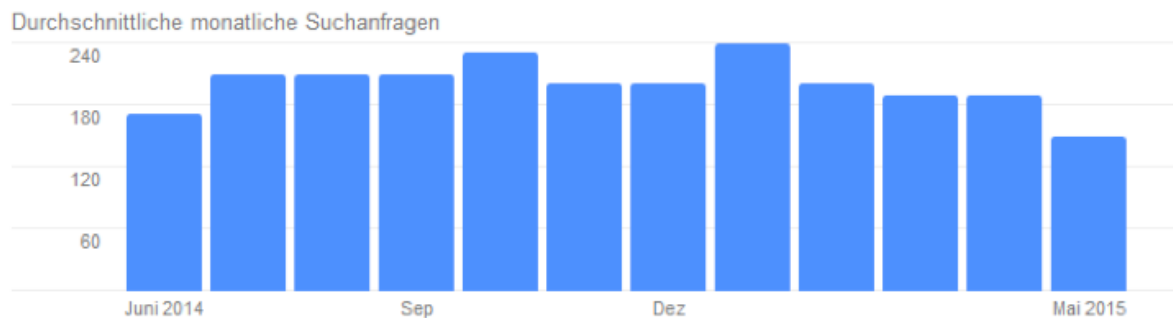
Dachdecker:



Dachfenster einbauen:



Wärmedämmung:



Die Suchvolumen sind zunächst relativ gleichmäßig verteilt. Nur im Dezember bricht das Suchvolumen meist ein bisschen ein. Aber dies kann durchaus daran liegen, dass man um die Weihnachtszeit andere Sachen zu tun hat, als sich um die Renovierung des Dachstuhls zu kümmern. Auffällig ist, dass die Kunden wohl eher nach Speziellen Produkten, wie Dachfenster einbauen suchen, als allgemein nach einem Dachdecker zu suchen. Insgesamt werden monatlich rund 2.500 Suchanfragen zu Dachdecker-Produkten gestellt. Das sind jährlich rund 30.000, nur im Bereich des Siegerlandes! Diese Suchanfragen vergleichen wie nun mit der Anzahl der Betrieben mit und ohne Webseite. Ausgangspunkt für diese Suche ist wieder der Gelbe Seiten Verlag, mit dem wir relativ repräsentativ errechnen können wie die Lagen in der Branche aussieht.

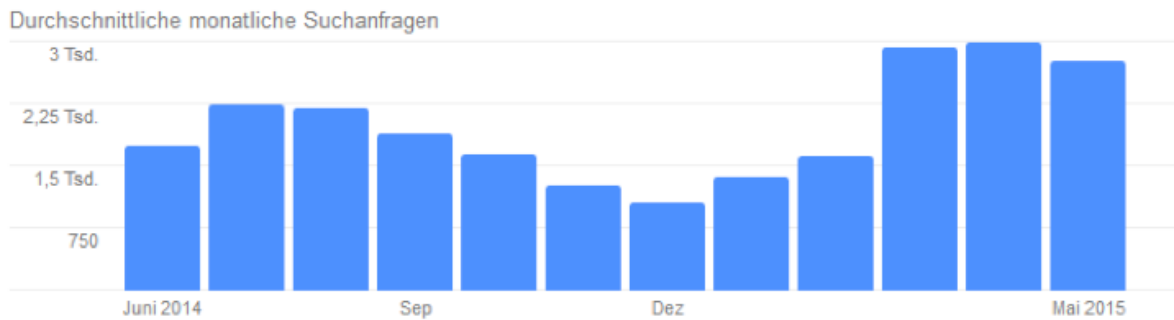
Rund um Siegen gibt es rund 77 Betriebe, die Dachdeckerarbeiten anbieten. Von diesen 77 Betrieben haben aber nur 6 Betriebe eine Homepage. D.h. es haben nur rund 7,8% der Betriebe überhaupt eine Webpräsenz. Wenn man die Suchanfragen auf die vorhandenen Webseiten umrechnet, ergibt sich für eine neue siebte Webseite ca. 357 Suchanfragen pro Monat, wenn der Suchende nur eine Webseite anschaut und sich alle Klicks gleichmäßig zwischen den Konkurrenten verteilen.

## Garten- & Landschaftsbau

Wie sieht die Situation denn im Bereich Garten- & Landschaftsbau aus? Hausbesitzer lieben Ihren Garten und sind bereit dafür viel Geld zu investieren. Der Garten schafft eine Wohlfühlzone für all diejenigen, die vom Alltag gestresst sind und einfach mal abschalten möchten. Gerade bei solche Aufträge sind meist mit einem hohen Auftragsvolumen versehen. Alleine deshalb lohnen sich auch mittelmäßige Investitionen in Werbung, die sich bekanntermaßen auch immer weiter in die Richtung des Web entwickeln.

Als Ausgangspunkt für die Potenzialanalyse wird zunächst wieder das Suchvolumen der gängigsten Suchbegriffe:

Gartenbau:



Landschaftsbau:



Teich anlegen:



Bei der Analyse der Suchvolumen fällt auf, dass die Suchanfragen saisonal geprägt sind. In den Wintermonaten wird nicht einmal halb so viel gesucht, wie im Frühjahr. Im Dezember sind es kumuliert ca. 2.500 Suchanfragen während im Frühjahr im März, April oder Mai bis zu 9.000 Menschen nach Garten und Landschaftsbau suchen. Die Antwort ist logisch: Wer möchte im Winter seinen Garten auf Vordermann bringen. Tristesse, Regen und Kälte lassen nur wenig Spielraum für die Phantasie einen neuen Garten zu planen. Um in der Hauptsaison möglichst viele der Anfragen bearbeiten zu können, ist es daher auch gut vorstellbar erweiterte Werbung in der Suchmaschine mit Hilfe von Google Adwords zu schalten. Hierdurch kann man bereits mehr Kunden akquirieren in den Monaten, in denen nach den Dienstleistungen gesucht wird. Die Aufträge bringen dann eine Auslastung des Betriebs bis in die Wintermonate mit. Durchschnittlich werden in einem Monat ca. 5.000 Suchanfragen zu Ihrem Unternehmen gestellt. Das sind also im Jahr 60.000 Suchanfragen, nur aus dem Bereich Siegen, Wilnsdorf, Netphen & Kreuztal, die von Potenziellen Kunden kommen. Diese sind von an Ihrem Produkt interessiert und möchten entweder weitergehende Informationen im Netz erhalten, oder direkt einen Auftrag an Sie abgeben.

Als zweiten Schritt vergleichen wir wieder die Anzahl der Suchanfragen mit den vorhandenen Unternehmen und Webseiten. Ausgangspunkt dafür ist wieder der Verlage der Gelben Seiten. Insgesamt gibt es im Einzugsgebiet von Siegen rund 93 Betriebe die Leistungen im Bereich Garten- und Landschaftsbau anbieten. Von diesen 93 Betrieben sind nur 9 mit einer Webseite ausgestattet. Dies bedeutet, dass in der Branche im Umkreis von Siegen nur ca. 9,7% der Betriebe überhaupt eine Webseite besitzen.

Wenn man die Suchvolumen mit der Anzahl der Webseiten vergleicht, ist es durchaus sinnvoll sich im World Wide Web gut aufzustellen. Wenn Sie sich dafür entscheiden eine neue Webseite erstellen zu lassen, wären Sie einer von 10

Anbietern, die überhaupt Online vertreten sind. Basierend auf den Suchvolumendaten kann man also mit 500 Suchanfragen pro Monat rechnen, wenn jeder Besucher nur eine Webseite besucht und sich die Klicks zwischen Ihren Konkurrenten gleichmäßig aufteilen.

## Weitere Informationen zum Online Marketing

Sie finden das Thema Online Marketing für Ihren Betrieb spannend und möchten weitere Informationen? Dann rufen Sie uns doch einfach an oder schreiben uns eine Mail.

### Wer sind wir?

Wir entwickeln Online Marketing Konzepte für kleine und mittelständische Unternehmen, mit dem Ziel Sie optimal online zu präsentieren. Der Kunde steht für uns immer an wichtigster Stelle. Daher ist für uns eine bedarfsgerechte Beratung und die Kommunikation mit dem Kunden von hoher Bedeutung.

Mit unseren attraktiven Preismodellen machen wir professionelles Online Marketing auch für Kleinunternehmer und Mittelständler möglich, ohne auf Qualität verzichten zu müssen.



Steffen Wildner (B.Sc.)

Ansprechpartner für:  
- Suchmaschinenmarketing  
- Social Media Marketing



Steffen Zimprich (B.Sc.)

Ansprechpartner für:  
- Suchmaschinenoptimierung  
- Responsive Websites

### Kontakt

Anschrift: Weidenauer Str. 167, 57076 Siegen  
Telefon: +49 (0) 171 - 41 523 69  
Email: [info@onmedia-marketing.de](mailto:info@onmedia-marketing.de)  
Website: [www.onmedia-marketing.de](http://www.onmedia-marketing.de)