

# UNTERNEHMERFORUM GLAUCHAU NEUE ZIELGRUPPEN ERREICHEN UND DIE SICHTBARKEIT ERHÖHEN



Referentin Anne Liesenfeld  
digitalzentrumhandel.de  
c/o IFH Köln GmbH

**In Kooperation mit dem Mittelstand-Digital Zentrum Chemnitz**

# Förderinitiative Mittelstand-Digital

Das Mittelstand-Digital Zentrum Handel gehört zu Mittelstand-Digital. Mit Mittelstand-Digital unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

Mehr unter [www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de)

Mittelstand-Digital

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



# Über uns

Wer sind wir?



**IFH KÖLN**



**dfki**  
ai

Wir. Machen. Digitalisierung. Begreifbar.

- Förderprojekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)
- Unterstützung des Handels bei der digitalen Transformation: neutrale und kostenlose Information für KMU über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung
- Start: 01.08.2022; Laufzeit: 3 Jahre
- Deutschlandweit: mehr als 25 Zentren

# Unsere Angebote



Best Practice



Digitalisierungsprojekte



DigitalMobil Handel



DigitalNavi Handel



Erklärvideos



KI-Trainer



KI-Pilot



Leitfäden | Infoblätter |  
Checklisten



Online-Fitness-  
Checks



Podcast  
handelkompetent



Showroom  
Berlin



Fokusmonate |  
Thementage



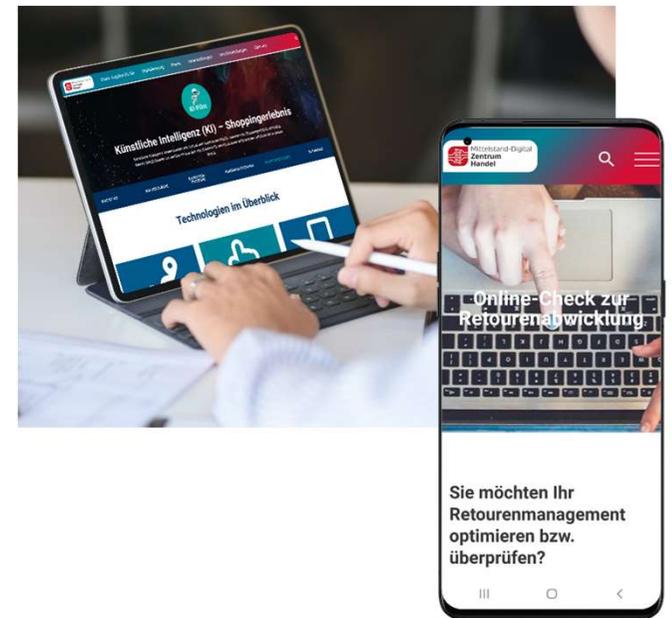
Individuelle  
Sprechstunden

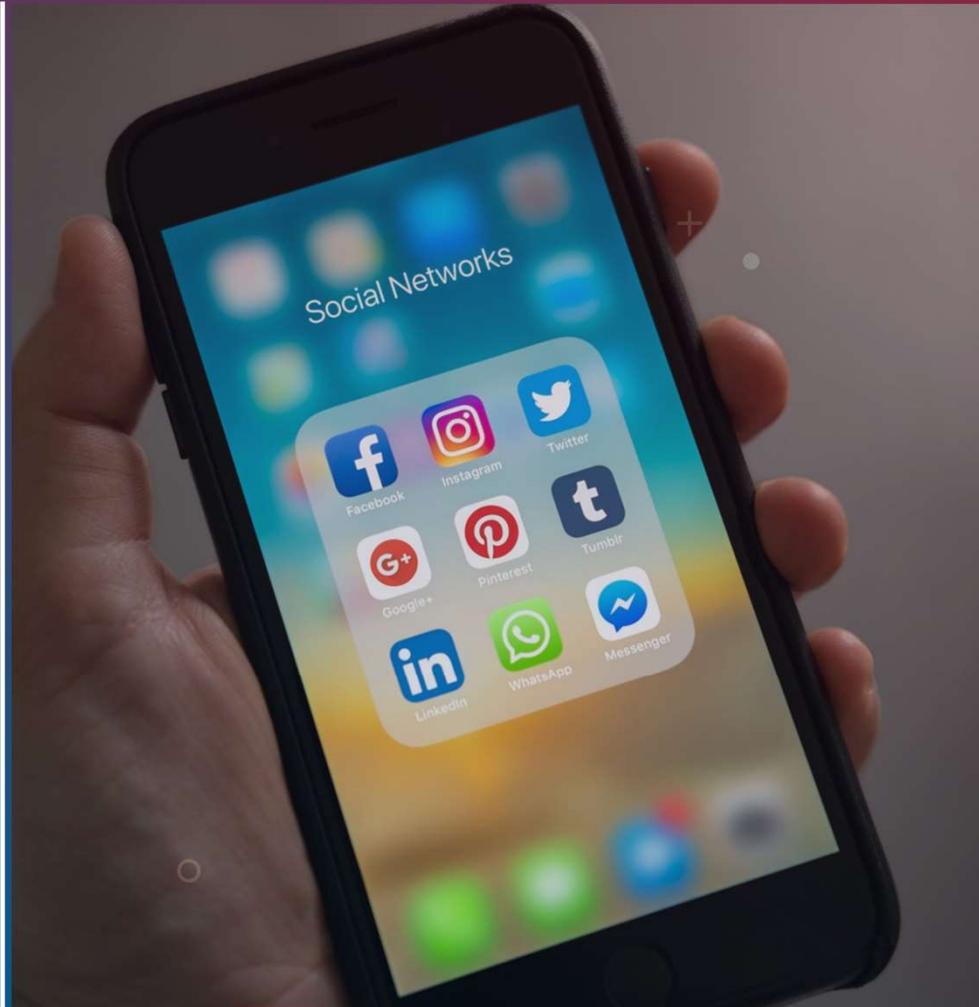


Vorträge |  
Workshops



Webinare





# AGENDA

## 1. Warum?

Auswahl der Plattform nach Relevanz und Potenzial

---

## 2. Wo und Was?

Plattformen und deren Funktionen

---

## 3. Wie?

Best Practice, Tipps & Reichweite

---

# WARUM?

Relevanz und Potenzial



# Multi-Channel-Verhalten – Informationen vor dem Einkauf meist online



Frage: Wo haben Sie sich vor Ihrer letzten Onlinebestellung/vor Ihrem letzten Einkauf im Geschäft informiert? Info: 71 ≤ n ≤ 1,050, Angaben in Prozent  
\*Lesebeispiel: 63,3 % der Käufe im Geschäft geht eine Informationssuche im Internet voraus. 2020 waren es noch 58,0 %. Bei 87,2 % der Onlinekäufe informieren sich Konsumenten ausschließlich online.

# Nutzung von Social Media

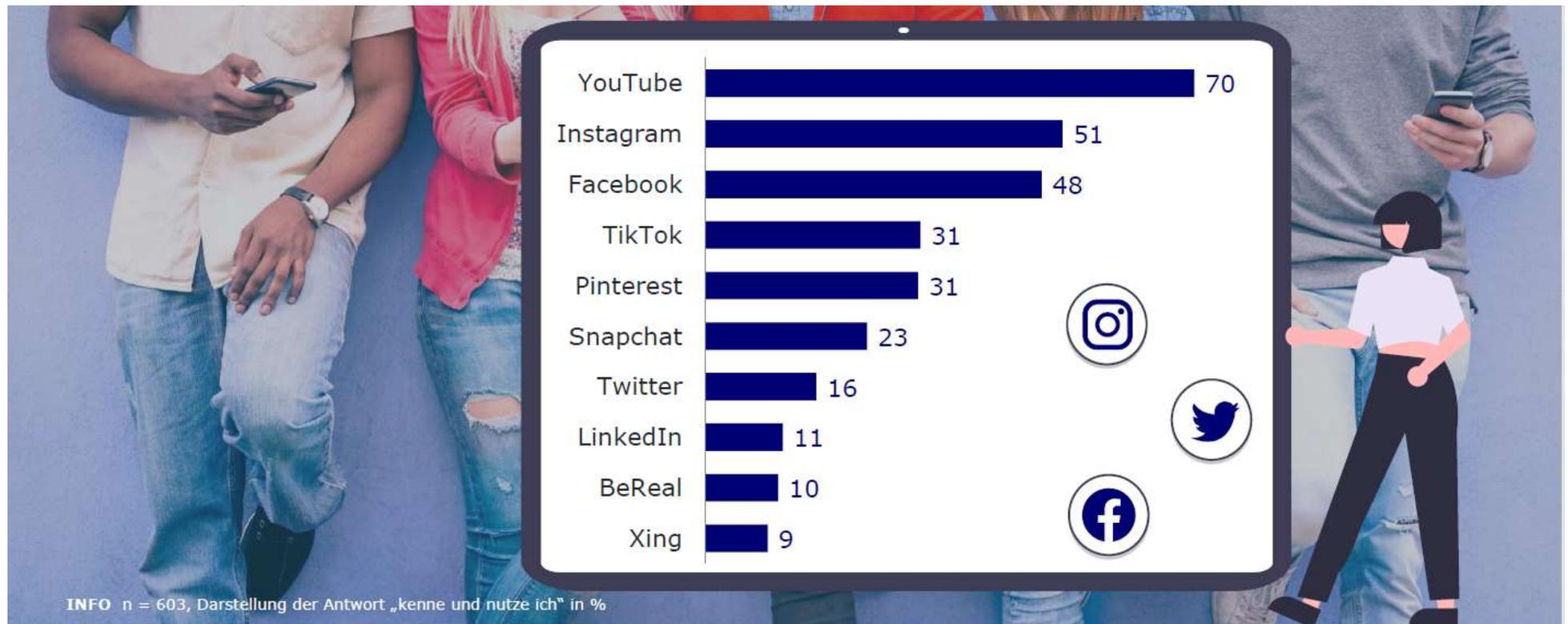
FRAGE Nutzen Sie Social Media?



Quelle für 2021er Werte: ECC KÖLN: Social Commerce, 2021.  
Quelle für 2022er Werte: ECC KÖLN: Trend Check Handel Vol. 4, 2022  
Quelle: ECC KÖLN: Trend Check Handel Vol. 7, 2023

# Facebook kämpft um Nutzer:innen, TIKTOK Krisengewinner

FRAGE Welche der folgenden Social-Media-Anbieter nutzen Sie?

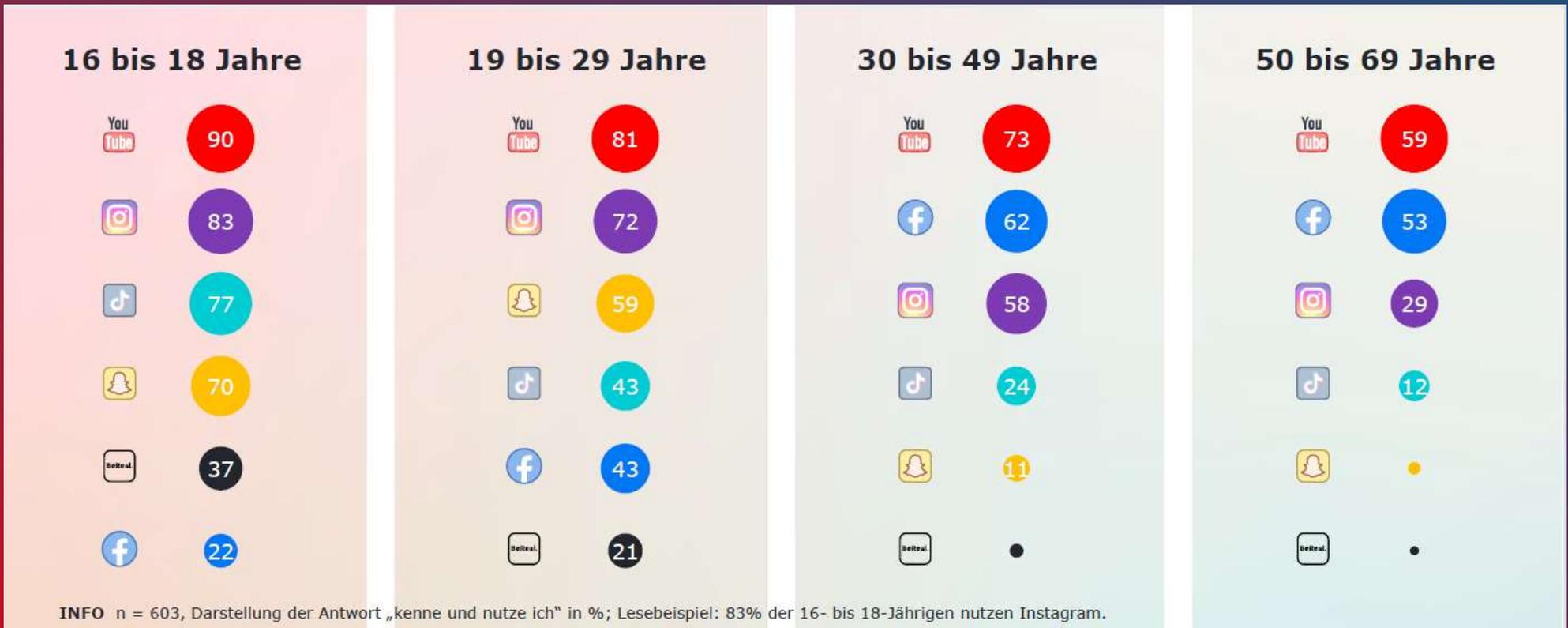


Quelle: ECC KÖLN: Trend Check Handel Vol. 7, 2023.



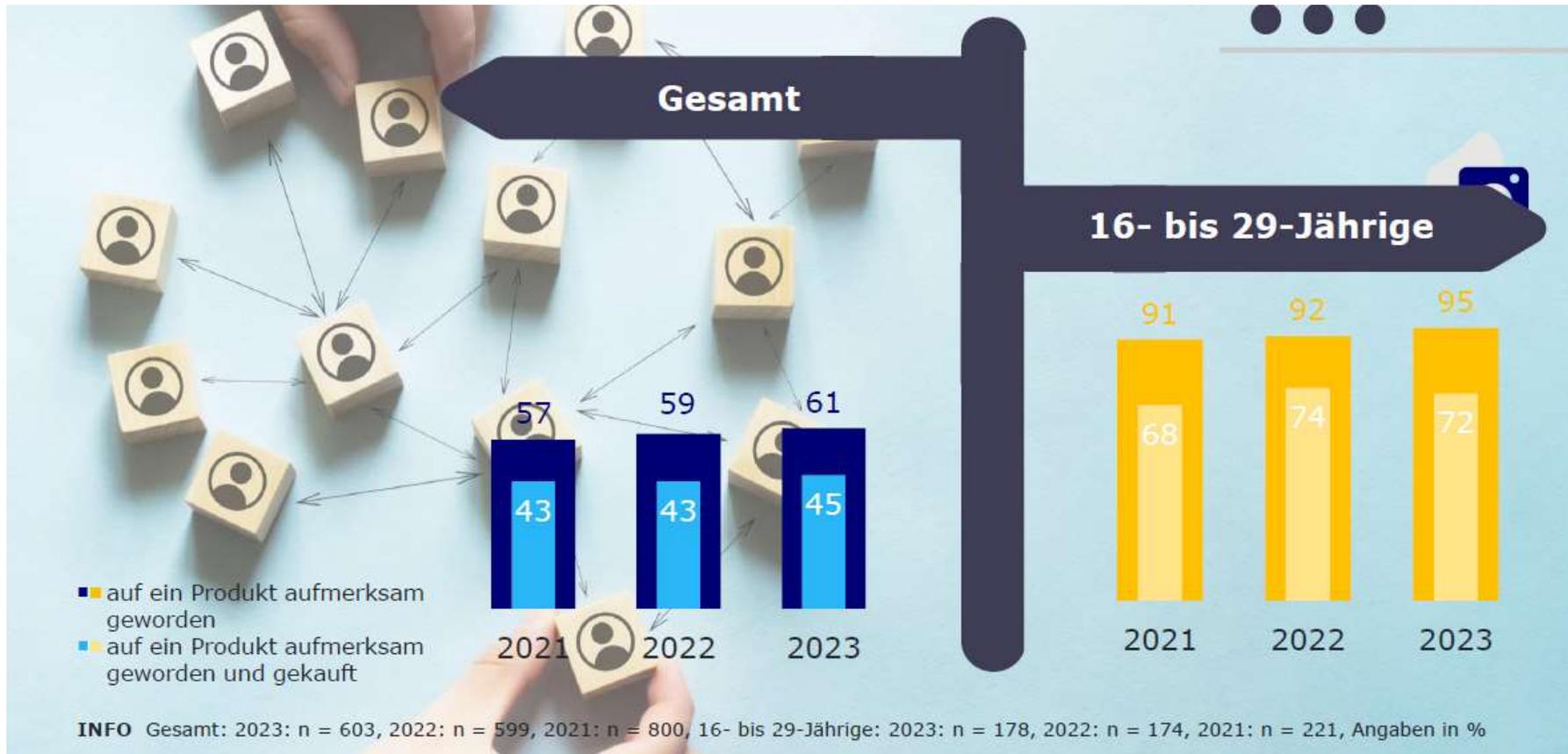
# DAS ALTER MACHT DEN KANALUNTERSCHIED

Frage: Welcher der folgenden Social-Media-Anbieter nutzen Sie?



# Social Media Plattformen werden immer mehr zu Verkaufsplattformen – Trend bleibt stabil

**FRAGE** Über welche sozialen Medien sind Sie schon einmal auf ein Produkt aufmerksam geworden UND haben das Produkt dann gekauft?



Quelle: ECC KÖLN: Trend Check Handel Vol. 7, 2023.



# NEUE SOCIAL COMMERCE FUNKTIONEN

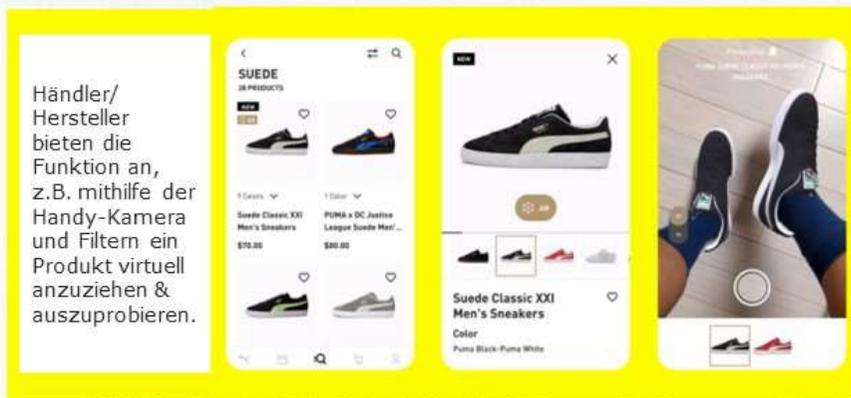
## DER SCHREI NACH ETWAS NEUEM AUF SOCIAL MEDIA

ECC KÖLN

**AR-Shopping, also das virtuelle Anziehen und Ausprobieren von Produkten über die Handykamera auf Social Media, stößt auf Interesse - vor allem bei zwei Drittel der Konsument:innen.**

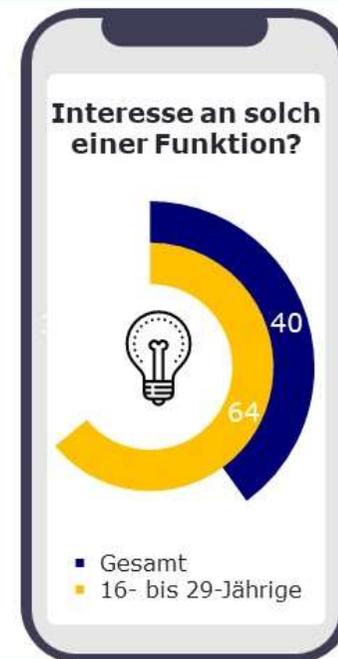
FRAGE Wie interessant finden Sie solch eine Funktion?

### Neue Social Commerce Funktionen: AR Shopping



Händler/  
Hersteller  
bieten die  
Funktion an,  
z.B. mithilfe der  
Handy-Kamera  
und Filtern ein  
Produkt virtuell  
anzuziehen &  
auszuprobieren.

INFO n = 599, 16- bis 29-Jährige: n = 174, Darstellung der Top-2-Box („eher interessant“ + „sehr interessant“)



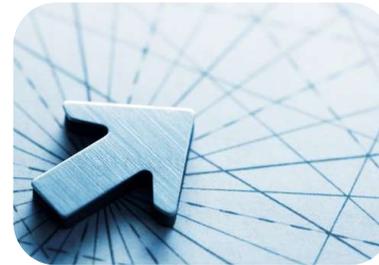
# Social Media Möglichkeiten



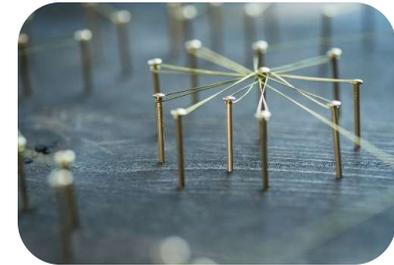
Ihre digitale Sichtbarkeit erhöhen / Reichweite



Aufmerksamkeit erzielen



Neue Zielgruppen ansprechen



Nähe zu Ihren Kunden und potenziellen Mitarbeitenden aufbauen



Kaufimpulse anstoßen und Abverkäufe erhöhen



Ihr Image und Ihre Marke schärfen



Feedback einholen



Ihre Performance messen

# WAS?

Plattformen und deren Nutzung

# Wichtige soziale Netzwerke im Überblick



# YouTube



## Videoplattform

Top Image

**Nutzerzahlen:** ca. 2,5 Milliarden /weltweit

- ✓ Videos mit Informationsgehalt wird erwartet, YouTube shorts für kürzere Videos
- ✓ Eignet sich für Videocontent rund um Produktvorstellungen und Produktinformationen, Imagefilme
- ✓ Höherer Zeitaufwand erforderlich
- ✓ Zielgenaues Targeting mit Werbeanzeigen möglich
- ✓ YouTube Shopping möglich, wenn Kanal mit mind. 1.000 Abonnent:innen besteht + 4.000 Stunden Wiedergabezeit in 12 Monaten

# Facebook



## Gereifte Plattform

Nutzerzahlen: ca. 2,9 Milliarden / weltweit,  
Große Reichweite, vor allem ab 30+,  
verliert jedoch an Nutzer:innen

- ✓ Textlastigere Plattform im Vergleich zu anderen Plattformen
- ✓ Zielgenaues Targeting mit Werbeanzeigen möglich
- ✓ Produkt-Tags mit Link zum Onlineshop möglich! (Facebook Shopping)
- ✓ Live-Video



# Instagram

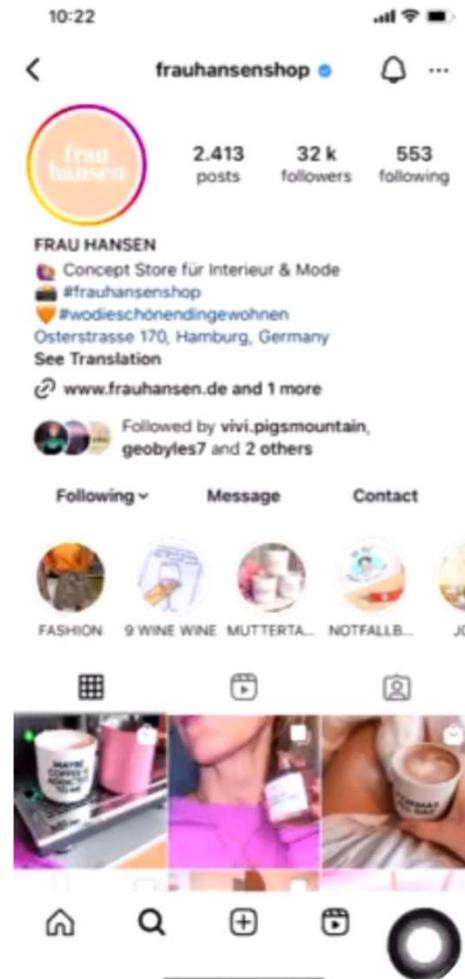
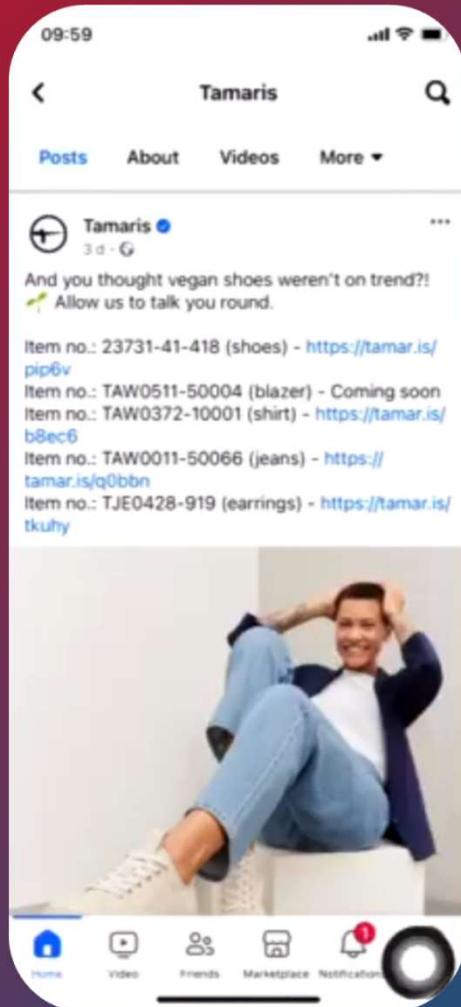


## Shopping & Influencer Kanal

Nutzerzahlen: ca. 1,2 Milliarden / weltweit

Hohe Beliebtheit bei der jüngeren Zielgruppe sowie der mittleren Altersgruppe

- ✓ Zielgenaues Targeting mit Werbeanzeigen möglich
- ✓ Beliebte Influencer und Shopping Plattform
- ✓ Produkt-Tags mit Link zum Onlineshop möglich! (Facebook Shopping)
- ✓ Live-Video



# TikTok



## Trendkanal

Nutzerzahlen: 1,7 Milliarden / weltweit

Erreicht die jüngste Zielgruppe, kurze, unterhaltsame Videoplattform mit globalem Netzwerk

- ✓ Hohes Engagement, ohne eine große Followerschaft möglich
- ✓ TikTok Ads Manager: Werbemaßnahmen mit Verlinkung zum eigenen Shop ab 1.000 Follower:innen
- ✓ (Branded) Hashtags Challenges z.B. #togetherwecangofar (Peloton) oder beliebte Hashtags z.B. #tiktokmademebuyit
- ✓ For You-Algorithmus: personalisierte Angebote

# LinkedIn



## Berufsnetzwerk (Int.)

- Größtes Berufsnetzwerk (850 Millionen Mitglieder:innen) der Welt mit internationaler Ausrichtung und dem Schwerpunkt auf Karriere
- Chancen für Unternehmen:
  - Kontakte zu Geschäftspartner:innen oder Kolleg:innen knüpfen
  - Beziehungen in der Geschäftswelt herstellen
  - Potenzielle Mitarbeiter:innen finden
- Grundsätzlich kostenlos, für spezielle Funktionen kostenpflichtig (ca. 40€/Monat im Abo)
- Deutsches Pendant ist XING

# WIE?

Content und Reichweite





Was hebt uns von der Konkurrenz ab?  
**Alleinstellungsmerkmal**

...

**Aktivierende, inspirierende und authentische Inhalte?**

Warum fällt es dem Kunden schwer sich zu entscheiden? **Einwände ausräumen!**

Welche **realen Probleme** löst mein **Service / Produkt?**

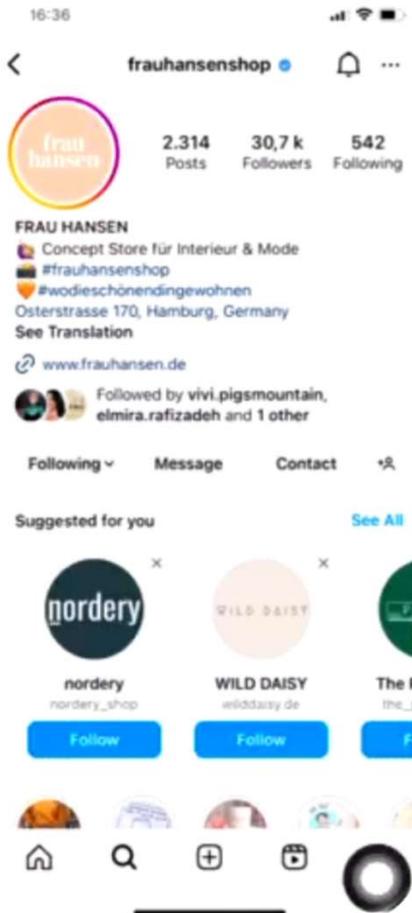


**Kaufberater:in:**  
Habe ich alle Fragen und Informationen gepostet?

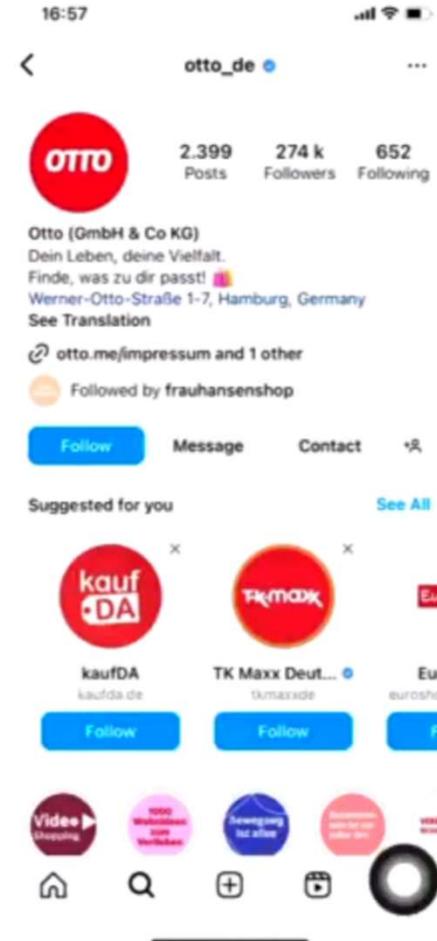
Habe ich noch **weitere Inhalte** zu meinem Produkt beschrieben z.B. Schuhe und Schuhpflege

Ist mein Social Media Profil **strukturiert, aktuell und verständlich?**

# Best Practice Instagram



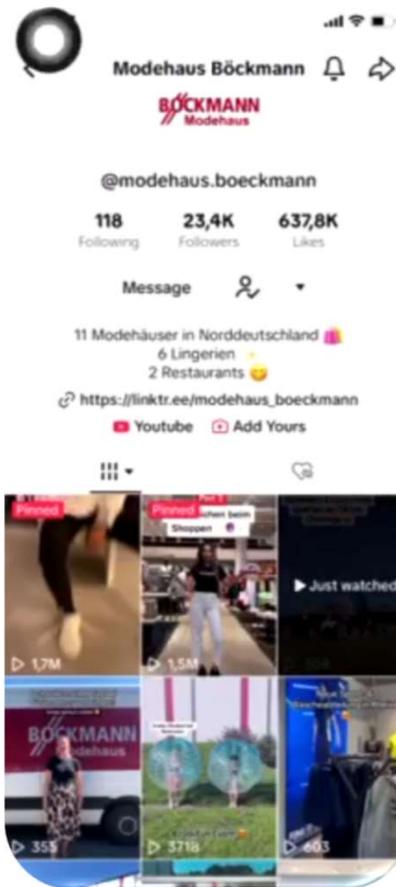
- Produktinfos in Videoformat
- Persönlich und authentisch
- Relevante Hashtags u.v.m.



- Expertenpost
- Inspirationspost mit aktivierender Frage
- Informativ und aktuelle Trenaufnahme

Quelle: Instagram: FRAU HANSEN (@frauansenshop)  
Otto GmbH: (otto\_de)

# Best Practice TikTok



- Zielgruppen-relevante Inhalte
- Geschäft wurde gezeigt inkl. Schnäppchen Ecke, Kaffeebar...
- Persönlichkeit!
- Interaktiv



- Produktinfos
- Persönlich und authentisch
- Hacks / Tricks = Nutzerorientiert

Quelle: TikTok: Modehaus Böckmann (@modehaus.boeckmann)

# Reichweite steigern

## Bei der Zielgruppe sein!

- Nur auf relevanten Plattformen präsent/aktiv sein – Effizienz!
- **Synergien** zwischen (Social-Media-) Kanälen nutzen  
→ auch analog/digital verknüpfen!

## Interaktionen befeuern!

- Durch **Likes, Shares, Kommentare, Savings** etc. steigt die Reichweite.
- Auch mit Beiträgen anderer Unternehmen/Personen interagieren, um Aufmerksamkeit zu erzielen – aber bitte immer freundlich und nicht aufdringlich!

## Veröffentlichungszeitpunkt beachten!

- Neuer Content sollte bei **Tageszeit** hochgeladen werden.
- Wann ist die eigene Zielgruppe am aktivsten?  
→ Immer nach der eigenen Community richten – die „**Insights**“ helfen!

## Mit Kunden kommunizieren!

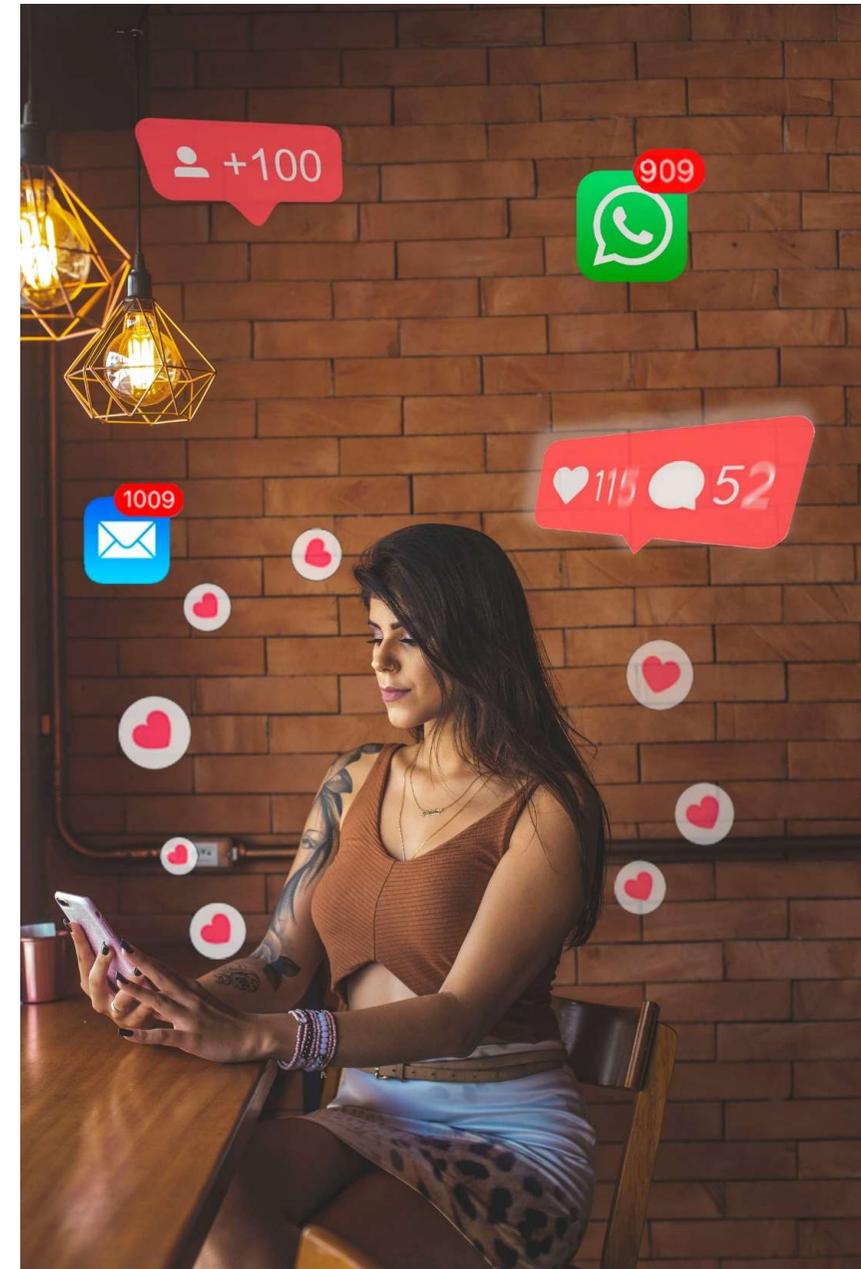
- Schnell auf negative und positive Anfragen/Kommentare/Bewertungen reagieren und **Probleme lösen**.  
→ **Schnelligkeit** wird von Algorithmen belohnt.

## Verlinkungen nutzen!

- Relevante **Hashtags (#)** verwenden.
- **Personen/Unternehmen (@)** verlinken.
- **Orte** markieren – ganz wichtig für lokale stationäre Händler!

## Multiplikatoren nutzen!

- **Influencer-Marketing** erwägen.
- **Werbung** schalten.
- **ACHTUNG:** ist i. d. R. mit Kosten verbunden!



## WEM DAS IMMER NOCH NICHT GENÜGT...

NOCH MEHR ZAHLEN UND FAKTEN RUND UM SOCIAL MEDIA IM TREND CHECK  
HANDEL VOL. 7 – EINFACH KOSTENFREI IM IFH KÖLN SHOP DOWNLOADEN!



<https://www.ifhkoeln.de/produkt/trend-check-handel/>

# KONTAKT



## Mittelstand-Digital Zentrum Handel

IFH Köln

Dürener Straße 401 b

50858 Köln

[a.liesenfeld@ifhkoeln.de](mailto:a.liesenfeld@ifhkoeln.de)

+49 (0) 151 742 072 46

[digitalzentrumhandel.de](http://digitalzentrumhandel.de)



Anne Liesenfeld



# VIELEN DANK!

Anne Liesenfeld

[digitalzentrumhandel.de](https://digitalzentrumhandel.de)

