

Immer mehr Unternehmen wagen den Schritt ins Netz. Welche positiven Effekte eine eigene Website mit sich bringt, zeigt eine neue Studie von Prof. Einemann und 1&1.

Die Website als Schlüssel zum Erfolg

Heutzutage kommt kein Unternehmen mehr an einem eigenen Internetauftritt vorbei. Dennoch gibt es immer noch Berührungängste von Unternehmern, endlich den Schritt ins WWW zu wagen. Viele sind unsicher, wie es mit dem Aufwand und den Kosten letztendlich aussieht. Doch das muss nicht sein. Professionelle Webhosting-Pakete wie beispielsweise von 1&1 bieten überschaubare Kosten und viele Business-Features, die sich auch ohne Programmierkenntnisse in die Website integrieren lassen. Wenn es also um die Erstellung eines eigenen Webauftrittes geht, sollte das Motto „Nur Mut“ gelten. Denn ist der erste Schritt ins Internet erst einmal gewagt, ist sehr schnell ein erfolgreicher Webauftritt möglich und auch Ihre Kunden werden ab sofort öfters bei Ihnen vorbeischauen.

In folgendem Artikel lesen Sie, welche positiven Effekte mit einem eigenen Webauftritt möglich sind und wie Deutschland dabei im internationalen Vergleich dasteht.

Nutzwert des eigenen Internetauftritts

Ein eigener Webauftritt leistet einen positiven Beitrag zur Unternehmensentwicklung. Die Website als kostengünstiges Kommunikationsmedium hilft obendrein dabei, neue Kunden zu aquirieren und an das Unternehmen zu binden. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Wirtschaftliche Effekte der Nutzung von professionellen Webhosting-Produkten im internationalen Vergleich“ von Prof. Dr. Einemann und dem Unternehmen 1&1.

Dabei handelt es sich um eine internationale Online-Kundenbefragung, die in Deutschland, Großbritannien und den USA durchgeführt wur-



de, insgesamt haben 5.027 Kunden daran teilgenommen. Die Kunden stammen überwiegend aus dem Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen (in Deutschland auch Privatkunden), die allesamt professionelle Webhosting-Pakete nutzen.

Im Mittelpunkt der Befragung stand insbesondere der ökonomische Nutzwert des eigenen Internetauftritts: Wie hat die Website die Unternehmensentwicklung im letzten Jahr insgesamt beeinflusst, wie hoch ist der über den Webauftritt generierte Umsatz-Anteil, welche Bedeu-

tung hat die Website für die Umsatzsteigerung des letzten Jahres, wurde die Kundenkommunikation verbessert und neue Kunden gewonnen.

Firmenwebsite: Positive Effekte nachweisbar

Dass eine eigene Website positive Effekte für das gesamte Unternehmen mit sich zieht, wird schnell in den Antworten der Befragten klar: 94,7 Prozent beantworten die Frage, ob sich die eigene Website positiv auf die gesamte Unter-



>> Für jeden Kunden bietet 1&1 ein maßgeschneidertes Webhosting-Paket an, das viele Features inklusive enthält.

nehmensentwicklung auswirkt, mit ja. Dieser Eindruck wird in Deutschland (96,1%), in Großbritannien (93,6%) und in den USA (94,8%) mit gleicher Eindeutigkeit bestätigt. Bei der Frage, mit welchem Volumen der Webauftritt in den letzten 12 Monaten zur Umsatzentwicklung beigetragen hat, gaben knapp ein Drittel der Befragten an, mit Hilfe des Webauftritts über 20 Prozent der eigenen Umsätze erzielt zu haben. Ein Umsatzanteil zwischen 21 und 60 Prozent wird durchgängig von 12 Prozent der Befragten gemeldet. Bei gut der Hälfte der Befragten trugen die über den Webauftritt realisierten Umsätze weniger als 20 Prozent zum Gesamtumsatz bei.

Der relativ hohe Umsatzanteil des Webgeschäfts in Deutschland (ein Viertel gibt an, damit über 60 Prozent der Umsätze zu erzielen) und auch in den USA stellt einen beträchtlich hohen Wert dar. In Großbritannien behaupten durchschnittlich 3,7 Prozent der Befragten, dass mit dem Webauftritt ein völlig neues Geschäft generiert wurde.

Werden nur diejenigen Befragten betrachtet, die innerhalb der letzten 12 Monate vor der Befragung eine Umsatzveränderung durch ihren Internetauftritt zu verzeichnen hatten, kann sich fast die Hälfte (44,7%) über steigende Umsätze freuen; Einbrüche zu beklagen haben insgesamt weniger als 2 Prozent. Von denen, die eine Veränderung ihres Umsatzes wahrgenommen haben, sehen mehr als 80 Prozent einen Zusammenhang mit dem Webauftritt. Die Bandbreite variiert von 87,7 Prozent in Deutschland über 81,6 Prozent in Großbritannien und 78,4 Prozent in den USA.

Die 1.930 Befragten, die einen Zusammenhang zwischen Umsatzentwicklung und Internetaktivität festgestellt haben, schätzen die Bedeutung des Webauftritts als sehr hoch ein. Die Hälfte (50,2%) veranschlagt die Webrelevanz mit über 20 Prozent und insgesamt ein Viertel (26%) be-

wertet das Gewicht des Webanteils an der Umsatzveränderung mit über 60 Prozent. Weniger als die Hälfte (38,1 Prozent) bewerten die Relevanz mit weniger als 20 Prozent.

Bessere Kundenkommunikation und Vermarktung

Die eigene Website lässt sich auch gezielt für die Kundenkommunikation einsetzen. Laut der Studie bietet sich international durchgängig ein annähernd gleiches Bild. 71,4 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass sich mit der Website Kunden gezielter ansprechen und auch neue Kunden leichter gewinnen lassen. Eine bessere Kundenkommunikation ist für 80,8 Prozent der Befragten mit der eigenen Website möglich, 77,1 Prozent finden, dass sich das Unternehmen effizienter vermarkten lässt (siehe Tabelle Kommunikationsvorteile). Betrachtet man die Details auf der Ebene von Branchen und Regionen, wird dieses positive Bild ebenso bestätigt.

In Deutschland betonen beispielsweise alle Befragten aus dem Kredit- und Versicherungsbereich die positiven Effekte ihrer Webpräsenz für die Unternehmensentwicklung. Bei der Frage nach der Kundenkommunikation in Deutschland melden selbst das Handwerk mit 51 Prozent und das Kreditgewerbe mit 44 Prozent noch sehr positive Effekte. Bei der regionalen Betrachtung gibt es kaum erkennbare Unterschiede, so die Studie.

Mit der eigenen Website lässt sich zudem die Effizienz steigern: Rund 86 Prozent aller Befrag-



>> Das Hosting-Paket „1&1 Business“ eignet sich insbesondere für Freiberufler und Firmen und bietet ganze 500 MByte Webspace.

ten bewerten ihren Webauftritt als eine kostengünstige Möglichkeit der Kundenkommunikation: Zwei Drittel der Befragten haben im letzten Jahr unter 500 Euro für die Webpräsenz aufgewendet, für nur 18,6 Prozent lag dieser Wert über 1000 Euro.

Die Frage, ob mit Hilfe des Webauftritts ein reduzierter Personaleinsatz einhergegangen ist, wird deutlich verneint. Darin sind sich die Befragten aus Deutschland, Großbritannien und den USA einig. Insgesamt fast drei Viertel der Befragten haben nicht die Erfahrung der Einsparung von Arbeitszeit gemacht.

DER ERFOLGREICHE WEBAUFTRIFF

Folgende Tipps sollen helfen, dass sich auch Ihre Website auszahlt.

- Website als kostengünstiges Marketinginstrument: Wird ein Unternehmen gesucht, erfolgt das immer öfter direkt über das Internet und Suchmaschinen. Sind Sie mit einer eigenen Website im WWW vertreten, werden Sie so schneller gefunden. Sie können Werbung in eigener Sache machen.
- Klare Struktur: Ist Ihre Website klar aufgebaut und sieht professionell aus, finden sich die Besucher schnell zurecht und kommen gern wieder. Vermeiden Sie lange Ladezeiten der Website durch zu viele Bilder und animierte Grafiken.
- Zielgerechte Informationen: Stellen Sie die Informationen bereit, die die Besucher su-

chen. Dazu müssen Sie herausfinden, wofür sich Ihre Zielgruppe interessiert. Informationen über Ihre Produktpalette oder Dienstleistungen gehören auch dazu.

- Kontaktformulare, Chats, Feedbackformulare erleichtern die Kundenkommunikation – Informationen können schneller ausgetauscht werden.
- Wahl des Domainnamens: Dieser muss durchdacht gewählt werden, denn er ist das Aushängeschild der Website. Er sollte kurz und einprägsam sein.
- Machen Sie Ihre Website bekannt und melden Sie sie bei Suchmaschinen- und diens-ten an.
- Beachten Sie die gesetzlichen Vorschriften, die für die eigene Website gelten.

Unterschiede zwischen Branchen und Regionen

In der Studie wurden zudem die Branchenzugehörigkeit und die regionale Basis der Befragten erhoben. Im Prinzip sind keine signifikanten Unterschiede zwischen Deutschland, Großbritannien und den USA zu verzeichnen und auch innerhalb dieser Länder gibt es kaum Differenzierungen zwischen den einzelnen Branchen und Regionen. In Deutschland sind regionale Abweichungen insbesondere in Nordrhein-Westfalen festzustellen sowie in Großbritannien in Nordirland. In Nordrhein-Westfalen sehen beispielsweise nur 70,4 Prozent einen positiven Beitrag des Webauftritts zur Unternehmensentwicklung – das sind 25,7 Prozent weniger als im deutschen Durchschnitt.

Webauftritt mit hohen Nutzwert-Effekten

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich mit der Nutzung von professionellen Webhosting-

Produkten erhebliche positive wirtschaftliche Effekte verzeichnen lassen. Unter den Aspekten der Unternehmens- und Umsatzentwicklung, der Kundenkommunikation und der effektiven Vermarktung sowie der Kosteneffizienz fällt die Bilanz ausgesprochen günstig aus. Auch die Einheitlichkeit der Ergebnisse ist überraschend: Denn im Prinzip zeigen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen Deutschland, Großbritannien und den USA und auch innerhalb dieser Länder finden sich kaum Differenzierungen zwischen den einzelnen Branchen und Regionen. Man kann sozusagen von einer tiefen Durchdringung der Wirtschaft durch das Internet sprechen. Als zentrale Ergebnisse der Umfrage sind demnach festzustellen:

- Für nahezu alle Befragten (94,7%) leistet der Webauftritt einen positiven Beitrag zur Unternehmensentwicklung.
- Bei der Hälfte der Befragten liegt der über das Web generierte Umsatzanteil unter 20 Prozent, für knapp ein Drittel bei über 20 Prozent.

■ Über 80 Prozent der Befragten, die im letzten Jahr eine Veränderung des Umsatzes wahrgenommen haben, sehen einen Zusammenhang mit ihrer Website.

Die Hälfte dieser Gruppe veranschlagt die Relevanz des Webauftritts für die Unternehmensentwicklung mit über 20 Prozent, ein Viertel mit über 60 Prozent.

■ Mehr als drei Viertel der Befragten findet, dass sich mit der Webpräsenz Kunden besser ansprechen und auch neue Kunden gewinnen lassen. Auch die Vermarktung des eigenen Unternehmens fällt nach Meinung der Befragten mit einer Website erheblich leichter.

■ Fast alle Befragten (85,9%) sind überzeugt, mit der Website ein insgesamt kostengünstiges neues Kommunikationsinstrument einzusetzen, obwohl für drei Viertel keine Einsparung von Arbeitszeit zu verzeichnen ist.

Über zwei Drittel geben an, im letzten Jahr für den Webauftritt weniger als 500 Euro aufgewendet zu haben. ■

KOMMUNIKATIONSVORTEILE MIT DER EIGENEN FIRMENWEBSITE

	Deutschland absolut	D %	Großbritannien absolut	UK %	USA absolut	USA %	Gesamt absolut	Gesamt %
Ansprache neuer Kunden	1.448	85,1	1.374	65,2	769	63,2	3.591	71,4
effiziente Vermarktung	1.244	73,1	1.639	77,8	992	81,5	3.875	77,1
bessere Kundenkommunikation	1.226	72	1.782	84,5	1.053	86,5	4.061	80,8

POSITIVER ZUSAMMENHANG VON UMSATZ UND WEBSITE NACH BRANCHEN

	Deutschland absolut	D %	UK absolut	UK %	USA absolut	USA %
Zusammenhang: Umsatz-Website	689	87,7	823	81,6	417	78,4
Industrie/produzierendes Gewerbe/verarbeitendes Gewerbe	24	92,3	–	–	–	–
Baugewerbe/Architektur	7	77,8	–	–	5	62,5
Kreditgewerbe/Versicherungen	4	100	22	88	21	80,8
Großhandel	28	82,4	–	–	–	–
Einzelhandel	91	91,9	145	85,8	30	76,9
Dienstleistungen	133	83,6	60	80	–	–
Computer/IT-Services	115	84,6	–	–	106	78,5
Medien/Marketing/Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	98	91,6	117	87,3	39	84,8
Land- und Forstwirtschaft/Umwelt	2	100	–	–	–	–
Handwerk	10	83,3	–	–	–	–
Freiberufler	64	83,1	58	77,3	–	–
Vereine/Verbände/gemeinnützige Organisationen	31	93,9	–	–	22	88
Sonstige Branchen	82	93,2	318	77,8	86	74,1
Hotels, Restaurants, Tourismus	–	–	87	86,1	11	84,6
Kunst (Theater, Museen)	–	–	16	80	–	–
Kunst, Fotografie, Grafik-Design	–	–	–	–	44	81,5
Automobil (Händler, Werkstätten)	–	–	–	–	4	80
Beratung	–	–	–	–	44	81,5
Gesundheit	–	–	–	–	5	45,5

INTERVIEW MIT PROF. DR. EDGAR EINEMANN ZUM THEMA „WEBAUFTRIFF FÜR UNTERNEHMEN“

PCgo: Herr Prof. Einemann, in der Studie „Wirtschaftliche Effekte der Nutzung von professionellen Webhosting-Produkten im Internationalen Vergleich“ haben Sie den ökonomischen Nutzwert des eigenen Internetauftritts untersucht. Können Sie bitte kurz schildern, warum jedes Unternehmen einen Webauftritt braucht?



>> Prof. Einemann unterrichtet am Lehrstuhl Informatik/Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Bremerhaven.

Prof. Einemann: Der Webauftritt wirkt sich auf die Unternehmensentwicklung aus sehr vielen oder einigen wenigen Gründen positiv auf die Unternehmensentwicklung aus – das geben 95% der über 5.000 befragten Unternehmen aus Deutschland, den USA und Großbritannien zu Protokoll. Es ist heute einfach üblich, sich über Produkte und Unternehmen über das Medium Internet zu informieren und miteinander zu kommunizieren. Es gibt allein in Deutschland über 3 Millionen aktive Internetpräsenzen – da sollte man dabei sein.

PCgo: Welche Vorteile entstehen einem Unternehmen konkret durch eine Website?

Prof. Einemann: Das kommt natürlich sehr auf das Unternehmen an. Die Vorteile beginnen bei der zeitlich unbegrenzten aktuellen Bereitstellung von Informationen für andere und bedeuten in der Regel eine Verbesserung der Kommunikation und eine Verstärkung der Kundenbindung. Darüber hinaus kann es eine Vielzahl von sehr handfesten und fühlbaren wirtschaftlichen Vorteilen geben, die sowohl in Kostensenkungen und Prozessoptimierungen als auch in Umsatzsteigerungen bestehen können.

PCgo: Worauf stützt sich die Studie?

Prof. Einemann: Die Studie stützt sich auf die Befragung von über 5.000 eher kleineren Unternehmen. Ganz wichtig ist: Es handelt sich nicht nur um eine kleine Auswahl von Befragten, deren Antworten hochgerechnet wurden, sondern um „reale Zahlen“.

PCgo: Die Studie besagt, dass knapp ein Drittel der Befragten mit Hilfe des Webauftritts über 20 Prozent der eigenen Umsätze erzielt haben. In welchen Branchen konnte dieses Umsatzwachstum verzeichnet werden?

Prof. Einemann: Über 80% der Unternehmen, die eine positive Umsatzentwicklung zu verzeichnen hatten, sehen einen Zusammenhang zwischen Webauftritt und Umsatz. Dabei gibt es kaum Unterschiede zwischen den Branchen. Erkennbare Abweichungen nach unten wurden lediglich aus den Bereichen „Baugewerbe/Architektur“ und „Gesundheit“ gemeldet.

PCgo: Gibt es hier Unterschiede zwischen Deutschland, Großbritannien und den USA?

Prof. Einemann: Das ist eines der Ergebnisse der Studie, das mich am meisten überrascht hat: Es gibt insgesamt kaum wahrnehmbare Unterschiede in den Antworten aus allen 3 Ländern. Der positive Einfluss der Webpräsenz auf die Umsätze wird allerdings in Deutschland am stärksten betont (88% gegenüber 82% in Großbritannien und 78% in den USA).

PCgo: Konnten mit dem Webauftritt auch völlig neue Geschäftsfelder erschlossen werden?

Prof. Einemann: Davon ist auszugehen. Hier haben wir aber keine konkreten Zahlen. Die für mich überraschend positiven wirtschaftlichen Effekte der Webpräsenz belegen zunächst einmal die tiefe Internet-Durchdringung des Business. Zu vermuten ist, dass die Unternehmen mit einem Webanteil von mehr als 60% am Gesamtumsatz massiv neue Geschäfte generiert haben – das sind immerhin 18% der Befragten.

PCgo: Eine allgemeine Frage an dieser Stelle: Gibt es konkrete Zahlen, die belegen, wie es mit dem Konsumverhalten im Netz aussieht?

Prof. Einemann: Dazu gibt es viele Untersuchungen. Die Internetgeschäfte steigen rasant, da gibt es kaum Grenzen. Sowohl Unternehmen („business to business“) als auch Privatpersonen nutzen die neuen Möglichkeiten, holen Informationen ein und generieren Milliardenumsätze. Entscheidend ist, dass heute einfache, sichere und kostengünstige Möglichkeiten zur Erstellung von professionellen Internetauftritten, interaktiven Tools, Internet-Shops und auch zum Bezahlen vorhanden sind.

PCgo: Die Studie besagt, dass sich mit einem Internetauftritt Kunden gezielt ansprechen und neue Kunden gewinnen lassen. Wie sieht das in der Praxis aus? Welche Möglichkeiten hat ein Unternehmen hier, den Kontakt zu den Kunden über das Internet zu suchen und auch zu halten?

Prof. Einemann: Bei entsprechendem Design des Internetauftritts kann jeder, der gezielt mit Hilfe eines Schlüsselbegriffs oder in elektronischen Branchenverzeichnissen nach etwas sucht, auf das präsenzte Unternehmen stoßen. Vorhandene

Kunden können über den Webauftritt sehr schnell, kostengünstig und umfassend gezielt über Neuigkeiten informiert und durch Mailing-Aktionen oder einen Newsletter darauf aufmerksam gemacht werden.

PCgo: Auch die Kundenkommunikation hat sich für 80,8 Prozent der Befragten mit der eigenen Website verbessert. Warum ist das Ihrer Meinung nach so?

Prof. Einemann: Weil das Internet einfach unschlagbare schnelle und preiswerte Möglichkeiten des Austausches bietet. Man darf die Homepage nicht isoliert betrachten. Der Webauftritt zwingt das Unternehmen zu neuen Aktivitäten: Fragen und Aufträge von Kunden müssen elektronisch beantwortet und weiterverarbeitet werden, dadurch werden Organisation und Kommunikation insgesamt effizienter.

PCgo: Wie kann eine Firma einen Kunden gezielt anlocken und an das Unternehmen binden?

Prof. Einemann: Der Eintrag in elektronischen Branchenverzeichnissen und die Wahrnehmung durch Suchmaschinen ist genauso wichtig wie das Promoten der eigenen Website in den bisherigen „klassischen“ Medien. Die Website sollte professionell gemacht sein und immer wieder neue Informationen und Angebote bereitstellen. Aktualität heißt hier das Zauberwort.

PCgo: In der Studie haben zwei Drittel der Befragten angegeben, im letzten Jahr unter 500 Euro für die Website aufgewendet zu haben. Wie viel muss ein kleines/mittleres Unternehmen in etwa für den Internetauftritt ausgeben und wie sieht es mit den laufenden Kosten aus?

Prof. Einemann: Die Kosten sind heute ausgesprochen niedrig. Wenn man sich einen schnellen Internetanschluss und eine Webpräsenz mit sehr guten Möglichkeiten der Gestaltung und Auswertung gönnt, ist man mit weit unter 100 Euro im Monat dabei, in der Regel reichen 50-60 Euro/Monat aus. Nur 18,6% der über 5.000 Befragten Unternehmen haben Kosten von über 1.000 Euro im Jahr gehabt. Wichtig ist die professionelle Erscheinung des Webauftritts, wobei sich gerade hierbei die Kosten sehr in Grenzen halten lassen. Unerlässlich ist die permanente Pflege des Webauftritts, die sich heute ohne große Schwierigkeiten und spezielle Ausbildung bewerkstelligen lässt, da es kostengünstige und „programmierfreie“ Möglichkeiten dafür gibt. Bei 1&1 gibt es die so genannten „Content-Module“, womit sich genau das – ständig und selbsttätig aktualisierte Inhalte auf professionellem Niveau – ohne Zusatzkosten realisieren lässt. KK