

Beurteilung und Reaktion auf die Online-Präsenz der Konkurrenz

Matrikelnummer	666 14 35
Hochschule	DHBW Mosbach
Jahrgang	INF22A
	1. Semester
Fach	BWL
Datum	10. Juli 2023

Inhaltsverzeichnis

1	Online-Präsenz	3
1.1	Definition	3
1.2	Bedeutung	4
1.3	Bewertung	4
2	Arten der Online-Präsenz	5
2.1	Eigene Webseite	5
2.2	Social Media	6
2.3	Job Portale	7
2.4	Marktplätze	7
2.5	Mobile App	8
2.6	Online-Kartendienst	9
2.7	Suchmaschine	9
3	Fazit	10
	Literatur	11

1 Online-Präsenz

1.1 Definition

Unter Online-Präsenz versteht man die Internetauftritte des Unternehmens in Form von Webseiten, Social Media, Angeboten auf Job-Portalen und haus eigener Software in App Stores. Die Vielfalt ist heute sehr groß und stetig wachsend. Ein Beispiel verschiedener Möglichkeiten einer Online-Präsenz ist in Tabelle 1 und 2 zu sehen.

Tabelle 1: Beispiele einer Online-Präsenz

Form	Beispiel	Inhalt / Bedeutung
Eigene Webseite	.de .com .net .org Domain	Informationen zum Unternehmen, Neuigkeiten, Pressemitteilungen, Dienstleistungsangebote, Standorte, Öffnungszeiten, Jobangebote, Werte und aktuelle Projekte, Kontaktmöglichkeiten
Social Media (soziale Medien)	Facebook Instagram Twitter YouTube	Neuigkeiten & Aktuelles, Jobangebote, Reaktionen zu aktuellen Ereignissen, Shorts in Form von Bilder und Videos, Internes, Feedback / Beschwerden
Job Portale	Stepstone Monster LinkedIn Kununu	Aktuelle Stellenausschreibungen, Bewertung

Tabelle 2: Fortsetzung Beispiele einer Online-Präsenz

Form	Beispiel	Inhalt / Bedeutung
Produktplatzierung auf Marktplätze	Amazon Ebay Steam Itch Gog	Zentrale Anlaufstelle für Online-Einkauf, Keine Eigenentwicklung nötig
Mobile App		Schnellerer Zugriff auf wichtige Funktionen, Push Notifications für sofortige Benachrichtigung
Online-Kartendienst	Google Maps Apple Maps OpenStreetMap	Genauer Standort, Für Umkreissuche, Öffnungszeiten, Bewertung
Suchmaschine	Google Bing Yahoo Ecosia	Link zur Domain, Gutes Ranking erhöht die Besuche bei Eingabe bestimmter Begriffe

1.2 Bedeutung

In der heutigen Welt ist die Online-Präsenz notwendig, da inzwischen weltweit 93 % das Internet dauerhaft nutzen [1]. In Deutschland liegt die tägliche Onlinezeit der Altersgruppe von 30- bis 49-Jährigen bereits bei 258 Minuten. Schaut man nur auf die jüngere Generation der 14- bis 29-Jährigen, sind es sogar 344 Minuten [2].

Auch bei der Jobsuche nutzen bereits 87 % das Internet, um nach potenziellen Arbeitgebern zu suchen. Konventionelle Medien wie Inserate in Zeitungen wird von der Generation bis 40 Jahr mit 16,6 % kaum noch genutzt [3].

Je nach Dienstleistung oder Verkaufsware macht das Listen eines Produktes in einer der größeren Marktplätze (Amazon oder Ebay) ebenfalls Sinn. Schon im Jahre 2019 hat man festgestellt, dass 80 % der Deutschen in den vergangenen 12 Monate auf Amazon eingekauft haben [4].

1.3 Bewertung

Die Bewertung der Konkurrenz hilft, den eigenen Internetauftritt zu planen und es besser zu machen. Man erkennt auch, ob eine Neugründung sinnvoll ist. Je nach Art des Unternehmens unterscheiden sich die Prioritäten der jeweiligen Möglichkeiten der Präsenz, was Einfluss auf die Empfehlung hat.

Als Beispiel ist es für ein kleines Indie Gaming Studio weniger interessant eine eigene Internetseite zu haben, sondern eher eine aussagekräftige Produktseite mit veröffentlichten Titeln auf einer der bekannten Marktplätze wie Steam oder Itch.

2 Arten der Online-Präsenz

Ausgehend von Tabelle 1 und 2 wird hier auf die einzelnen Punkte näher eingegangen. Eine kurze Übersicht der wichtigsten Punkte hilft, eine schnelle Bewertung zu treffen.

2.1 Eigene Webseite

Bewertung

Eine eigene Webseite zeugt von Professionalität. Im Vergleich zu Social Media hat das Unternehmen vollständige Kontrolle über den Inhalt. Die Bewertung setzt sich aus folgenden Punkten zusammen:

- Ist die Bedienung intuitiv?
Der erste Eindruck zählt. Sind Punkte schwierig zu finden oder behindert durch schlecht platzierte Cookie Banner und Werbung werden Besucher abgeschreckt und verlieren das Interesse die Webseite zu benutzen.
- Ist die Ladezeit in Ordnung?
40 % verlassen die Webseite falls das Laden mehr als 3 Sekunden andauert [5].
- Kann ein Screenreader die Webseite lesen (Sehbehinderung)?
- Sind Meldungen aktuell?
- Kann man zwischen verschiedenen Sprachen wechseln?
Sehr wichtig wenn man ein weltweites Publikum ansprechen will. Icon zur Sprachauswahl sollte auf Hauptseite zu finden sein.
- Wie sieht die Webseite mit verschiedenen Endgeräten aus (Handy, Tablet, PC)?
Responsive Design erhöht das Ranking bei Suchmaschinen. 60,04 % aller Aufrufe online kommen inzwischen von mobilen Endgeräten [6].
- Gibt es eine Produktliste und Preise?
- Wie einfach gestaltet sich die Kontaktaufnahme (Formular, E-Mail oder telefonisch)? Wie schnell erfolgt eine Rückmeldung?

Ausgehend von diesen Punkten wird die erste Einschätzung der Konkurrenz gemacht. Werden andere Plattformen wie Online-Shops oder Social-Media Kanäle verlinkt kann man davon ausgehen, dass das Unternehmen online stark aufgestellt ist. Werden Produkte mit Preise gelistet, kann direkt mit dem eigenen Produkt verglichen werden.

Empfehlung

Eine eigene Internetpräsenz mit Informationen zum Unternehmen ist immer sinnvoll. Die Kosten sind überschaubar, da eigentlich nur der initiale Aufbau der Seite mit hohen Kosten verbunden ist. Die Pflege danach ist weniger aufwendig, da Inhalte statisch sind und nur bei Bedarf aktualisiert werden. Monatlichen Kosten für Webspace und Domainnamen sind gering.

2.2 Social Media

Bewertung

Mehr als ein Drittel (38 %) kann sich ein Leben ohne Social Media nicht mehr vorstellen. Bei der jüngeren Generation unter 30 Jahren ist der Anteil sogar noch größer [7]. Umso wichtiger ist der Auftritt in den sozialen Medien. Hier gilt es nicht nur regelmäßig neue Inhalte zu kreieren, sondern auch auf Kundenreaktionen und Aktuelles zeitnah Stellung zu nehmen. Soziale Netzwerke werden oft genutzt, um auf Probleme aufmerksam zu machen, die über den normalen Beschwerdeweg oftmals kein Gehör finden. So musste zum Beispiel der Hersteller von Böhme Fruchtkaramellen den Stehbeutel aus dem Programm nehmen, da über Social Media Beschwerden über das neue Design eingingen [8].

Wenn die Konkurrenz viele verschiedene Social-Media Plattformen unterstützt, ist die öffentliche Arbeit dahinter sehr aktiv. Auf folgende Punkte muss geachtet werden:

- Auf wie vielen Plattformen ist die Konkurrenz aktiv?
- Wie viele Follower hat das Unternehmen?
Diese Zahlen müssen nicht immer den Erfolg spiegeln. Follower können auch gekauft sein und haben nicht immer eine Korrelation zum Umsatz.
- Gibt es aktuelle Meldungen und wird regelmäßig neuer Content gepostet?
Mit die wichtigste Arbeit, um Follower zu gewinnen und dem Social Media Gedanken Gereicht zu werden.
- Reagiert das Unternehmen auf Kommentare / Beschwerden?
- Gibt es bezahlte oder nicht bezahlte Influencer, die auf das Produkt aufmerksam machen?

Selbst wenn das Unternehmen gut vertreten ist, kann es ein negatives Bild haben. Es gilt auf Schwachstellen des Unternehmens zu schauen. Über welche Dinge haben sich Personen in der Vergangenheit beschwert? Inhalte dazu können nur schwer gelöscht werden und zeigen, was man bei dem eigenen Auftritt besser machen kann.

Empfehlung

Der Social Media Auftritt mag gut geplant sein. Die initiale Anmeldung ist schnell erledigt, die Pflege ist aber zeitaufwendig und teuer. Je nach Branche ist es dennoch essenziell und wichtig, einen Account zu pflegen. In der Gamingbranche hat es sich inzwischen etabliert, potenzielle Kundschaft mit dem Status der Entwicklung zu informieren, um mehr Interesse zu wecken.

2.3 Job Portale

Bewertung

Wie schon erwähnt, werden Jobportale von 87 % aller Erwerbssuchenden genutzt [3]. Man kann also schauen, wie viele offene Stellen die Konkurrenz hat und welche Art von Bewerber gesucht werden. Darauf kann man auf das Wachstum und die Art der Entwicklung schließen.

Um auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen, gilt es bessere Konditionen für gleiche oder ähnliche Stelle anzubieten. Zusätzlich bieten Bewertungsportale wie Kununu einen Einblick auf das Arbeitsklima der Konkurrenz.

Empfehlung

Ohne ein Inserat in einem Jobportal wird es schwierig, potenzielle Bewerber zu finden. Die Anmeldung ist also Pflicht. Einen Account bei Kununu sollte auch angelegt werden, um auf negative Bewertungen reagieren zu können.

2.4 Marktplätze

Bewertung

Je nach Dienstleistung verkauft das Unternehmen Waren an den Endverbraucher. Dazu werden die Produkte oftmals auf großen Marktplätzen wie Amazon und Ebay gelistet. Der Vorteil des Kunden liegt in der Einfachheit des Einkaufes, einen Account bei diesen Marktplätzen hat fast jeder. Zudem genießt man einen unabhängigen Käuferschutz.

Im Bereich von Computerspielen sind Plattformen wie Steam, Itch und Gog beliebt. Folgende Punkte sind zu bewerten:

- Auf welchen Plattformen sind Produkte gelistet?
- Wie schaut das Sortiment dazu aus?
- Gibt es Preisunterschiede zum hauseigenen Shop, falls vorhanden?

- Wie sehen die Kundenbewertungen aus?
- Wie hoch ist die Qualität der Darstellung von dem Artikel?
- Wie sind die Bewertungen der Kunden?
- Wie reagiert der Verkäufer auf schlechte Bewertungen?

Um konkurrenzfähig zu sein sollte man seine Produkte auf denselben Plattformen anbieten und die schlechten Bewertungen der anderen Unternehmen zur eigenen Verbesserung nutzen.

Empfehlung

Bei Produkten außerhalb von Dienstleistungen empfehlenswert. Das Listen auf einem Marktplatz ist trotz zusätzlicher Kosten meist günstiger als die Pflege eines eigenen Webshops.

2.5 Mobile App

Bewertung

Eine mobile App kann den Zugang zu Informationen und Diensten vereinfachen. Eine Statistik von 2021 ergab, dass bei 95 % der Altersgruppe von 14 bis 49 Jahren ein Smartphone nicht mehr wegzudenken ist [9]. Folgende Punkte sind zu bewerten:

- Welche App Stores werden unterstützt?
- Macht eine App zu diesem Geschäftsmodell überhaupt Sinn?
- Bewertung der Funktionalität.
- Besteht ein Vorteil beim Benutzen der App?
- Wie oft erhält man PUSH Notifications und welchen Inhalt haben diese?

Empfehlung

Die Entwicklung und Pflege von Apps für verschiedene Plattformen ist kostenaufwendig. Bei manchen Dienstleistungen macht es dennoch Sinn, eine App zu schreiben. Falls das Budget knapp ist, sollte man aber primär auf eine geeignete mobile Version der Webseite achten.

2.6 Online-Kartendienst

Bewertung

Online Kartendienste sind vor allem wichtig bei Firmen mit lokaler Präsenz. Aber selbst wenn ein Unternehmen nur online Waren vertreibt, gibt es oftmals ein Bürogebäude, dass auf Karten verlinkt ist. Google Maps und vergleichbare Dienste ermöglichen es Nutzern, diese Unternehmen zu bewerten. Es ist also auch darauf zu achten, dass hier auf schlechte Bewertung eingegangen wird. Folgende Punkte sind zu bewerten:

- Gibt es lokale Geschäftsstellen? Wenn ja wo?
- Wie sehen die Bewertungen aus?
- Gibt es zusätzliche Bilder, die interessant für den Kunden sein könnten?

Empfehlung

Sofern ein Gebäude der Firma existiert, sollte man sich als Eigentümer bei Google und anderen Anbietern eintragen lassen. So kann man die Öffnungszeiten anpassen und auf negative Kommentare reagieren. Eigene Fotos von dem Geschäft und den Produkten kann das Interesse erhöhen.

2.7 Suchmaschine

Bewertung

Selbst mit dem Aufstieg von zentralen Social-Media Plattformen spielen Suchmaschinen noch eine große Rolle. Jeder Nutzer benutzt 3 bis 4-mal pro Tag eine Suchmaschine [10]. Die Platzierung der Webseite ist wichtig. Nur noch 0,63 % klicken auf die Ergebnisse der zweiten Seite [10]. Folgende Punkte sind zu bewerten:

- Ist die Konkurrenz mit Stichworten zum Produkt über eine Suche auf den ersten Seiten zu finden?
- Befindet sich diese Seite vor dem eigenen Unternehmen?
- Findet man einen Eintrag bei Eingabe des Firmennamen?
- Wird AdSense oder eine ähnliche Werbestrategie benutzt?

Empfehlung

Besitzt man eine eigene Internetpräsenz mit entsprechender Domain, empfiehlt es sich diese auch für Suchmaschinen zu optimieren. Um das Ranking zu verbessern, gibt es

verschiedene Möglichkeiten. Google achtet zum Beispiel auf folgendes:

- Metadaten
- Schnelle Ladezeiten
- Responsive Design (besuchbar mit allen Endgeräten)
- Verknüpfungen mit Social Media
- Aktualität der Internetseite

3 Fazit

Die Art des eigenen Unternehmens entscheidet, welche Art von Präsenz für die Zielgruppe am wichtigsten ist. Der Leser muss also für sich selbst entscheiden, wie viel Zeit und auf welchen Plattformen er die Konkurrenz herausfordern will. Bei einer Neugründung sind die finanziellen Mittel meistens begrenzt, was eine kluge Abwegung besonders wichtig macht.

Zur besseren Einordnung zeigt die Tabelle 3 einen einfachen Vergleich.

Tabelle 3: Vergleich der Möglichkeiten

Art	Kosten	Relevanz
Webseite	+	+
Social Media	++	++
Job Portale	+	+++
Marktplätze	+	+++
Mobile App	++	++
Online Kartendienst	+	+
Suchmaschine	++	++

Literatur

- [1] L. Rabe, *Anzahl der Internetnutzer weltweit bis 2022*, online, Jan. 2023. Adresse: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/805920/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-weltweit/> (besucht am 11.02.2023).
- [2] L. Rabe, *Täglichen Onlinezeit*, online, Mai 2022. Adresse: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1388/umfrage/taegliche-nutzung-des-internets-in-minuten/> (besucht am 11.02.2023).
- [3] F. Eckhardt, *Jobstudie: Wie ticken die Generationen?* online, Jan. 2021. Adresse: <https://www.stepstone.de/e-recruiting/blog/jobstudie-wie-ticken-die-generationen/> (besucht am 11.02.2023).
- [4] L. Melchior, *Umfrage zum Online Shopping*, online, Okt. 2019. Adresse: <https://www.internetworld.de/plattformen/amazon/80-prozent-deutschen-kaufen-amazon-2206946.html> (besucht am 11.02.2023).
- [5] S. Anderson, *How fast should a website load in 2022?* online, Sep. 2022. Adresse: <https://www.hobo-web.co.uk/your-website-design-should-load-in-4-seconds/> (besucht am 16.02.2023).
- [6] J. Howarth, *Internet Traffic from Mobile Devices (Feb 2023)*, online, Feb. 2023. Adresse: <https://explodingtopics.com/blog/mobile-internet-traffic> (besucht am 16.02.2023).
- [7] K. Autor, *Zahlen und Fakten zur Social Media-Nutzung*, online. Adresse: <https://www.informationszentrum-mobilfunk.de/artikel/zahlen-und-fakten-zur-social-media-nutzung> (besucht am 11.02.2023).
- [8] E. Britzelmeier, *Jeder Marketingprofessor würde die Stirn runzeln*, online, Feb. 2023. Adresse: <https://www.sueddeutsche.de/panorama/karneval-bonbon-karamelle-design-fasching-1.5748710> (besucht am 01.03.2023).
- [9] F. Tenzer, *Anzahl der Smartphone-Nutzer*, online, Nov. 2022. Adresse: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/198959/umfrage/anzahl-smartphonennutzer-in-deutschland-seit-2010/> (besucht am 11.02.2023).
- [10] R. Seybold, *11 Google Fakten, die Sie kennen müssen*, online, Dez. 2022. Adresse: <https://seybold.de/11-google-fakten/> (besucht am 11.02.2023).