

## Integrierte Kommunikation als Erfolgsfaktor

Kurzfassung der Ergebnisse einer Befragung unter niedersächsischen  
Unternehmen – 2002

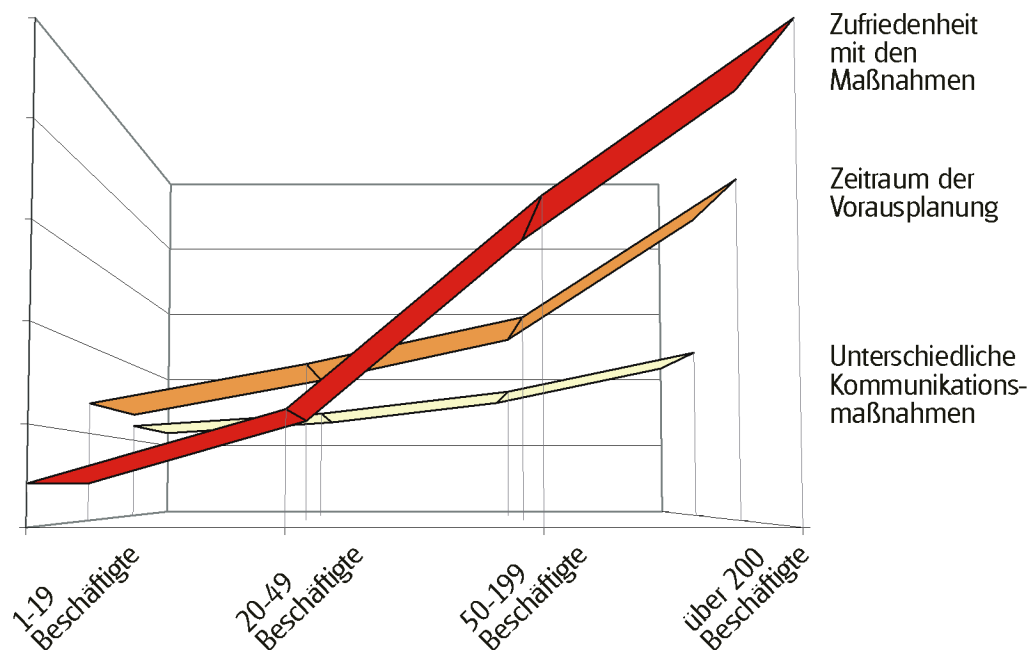
## Die Ergebnisse im Überblick

Welche Kommunikationsmaßnahmen werden von Unternehmen durchgeführt, wie umfassend werden diese geplant und wie beurteilen die Unternehmen die Wirksamkeit der von Ihnen durchgeführten Maßnahmen. Diese Fragen waren Gegenstand einer im Frühjahr 2002 unter Unternehmen aus der Region Hannover durchgeführten Befragung.

Als Ergebnis lässt sich feststellen, dass die Größe der Unternehmen mit der Nutzung von Kommunikationsmaßnahmen korreliert. Im einzelnen ergab sich:

- Je größer die Unternehmen sind, desto mehr Kanäle nutzen Sie, um nach außen in Erscheinung zu treten.
- Sowohl der Anteil der Unternehmen, die ihre Kommunikationsmaßnahmen langfristig planen, als auch die Dauer dieser Planungen nimmt mit der Unternehmensgröße zu.
- Größere Unternehmen sind mit den von ihnen durchgeführten Maßnahmen zufriedener als kleinere Unternehmen.

Insgesamt legen die Ergebnisse der Befragung den Schluss nahe, dass Kommunikationsmaßnahmen umso wirkungsvoller sind, je besser und langfristiger diese geplant werden. Auch wie differenziert und vielschichtig die Kundenansprache ist, beeinflusst die Wirksamkeit. Der Werbeetat scheint hingegen weniger wichtig zu sein.



Besonders deutlich ist der Sprung zwischen den Größenklassen der Unternehmen mit 50-199 Beschäftigten und Unternehmen mit über 200 Beschäftigten. Während letztere zumeist ein professionelles Marketing haben, weisen erstere hier noch erhebliche Schwächen auf – und vergeben damit Chancen.

## Kommunikationsmaßnahmen

Bei den Antworten auf die Frage, welche Kommunikationsmaßnahmen „gefahren“ werden, zeigt sich, dass große Unternehmen zumeist ein größeres Spektrum unterschiedlicher Maßnahmen wählen.

Die folgende Tabelle gibt Aufschluss über den Anteil der Unternehmen in den jeweiligen Größenklassen die bestimmte Maßnahmen nutzen.

	1-19 Beschäftigte	20-49 Beschäftigte	50-199 Beschäftigte	Über 200 Beschäftigte	Gewichteter Durchschnitt
„Klassische“ Werbung	77,1 %	81,0 %	94,1 %	100,0 %	86,4 %
Internet-Auftritte	5,7 %	19,0 %	53,0 %	92,3 %	35,0 %
Verkaufsförderung	2,9 %	14,3 %	53,0 %	92,3 %	33,0 %
Direkt-Werbung	2,9 %	23,8 %	44,1 %	69,2 %	29,1 %
Öffentlichkeitsarbeit / PR	2,9 %	4,8 %	14,7 %	84,6 %	17,5 %
Messen / Ausstellungen	0,0 %	9,5 %	14,7 %	38,5 %	11,6 %
Events	0,0 %	0,0 %	5,9 %	38,5 %	6,8 %

Tabelle 1: Werbemaßnahmen nach Unternehmensgrößen

Während Unternehmen mit bis zu 19 Beschäftigten ihre Kommunikationsmaßnahmen fast ausschließlich auf den Bereich der „klassischen“ Werbung – also vornehmlich Anzeigen – beschränken, deckt ein erheblicher Teil der Unternehmen mit über 200 Beschäftigten die gesamte Palette der Maßnahmen ab.

Besonders Instrumente wie Öffentlichkeitsarbeit/PR und Events werden deutlich stärker von Unternehmen mit über 200 Beschäftigten genutzt.

Während Events meist technisch aufwändig und daher teuer sind, ist Öffentlichkeitsarbeit/PR relativ preiswert. Wesentlicher Grund, warum diese Instrumente bei kleineren Unternehmen kaum genutzt werden, dürfte die Unwissenheit der Unternehmen im Umgang hiermit sein.

## Planung der Maßnahmen

Nur etwa ein Drittel der befragten Unternehmen macht sich die Mühe, die Kommunikationsmaßnahmen in eine längerfristige Planung einzubetten. Gerade bei kleineren Unternehmen bestimmen Zufälligkeiten die Marketingmaßnahmen.

	1-19 Beschäftigte	20-49 Beschäftigte	50-199 Beschäftigte	Über 200 Beschäftigte	Gewichteter Durchschnitt
Es verfügen über eine längerfristige Planung	15,0 %	33,3 %	52,9 %	92,3 %	40,8 %
Planungsperiode (Monate)	1,7	4,0	6,7	14,77	5,5

Tabelle 2: Planung nach Unternehmensgröße

Deutlich zeigt sich auch hier der Unterschied zwischen den Unternehmen mit über 200 Beschäftigten und den kleineren Unternehmen. Bei den Großunternehmen ist der Anteil der Unternehmen, die ihre Maßnahmen planen, etwa dreiviertel mal so groß wie in den Unternehmen mit 50 bis 199 Beschäftigten. Der durchschnittliche Zeitraum für den geplant wird, ist bei letzteren sogar mehr als doppelt so lang.

## Zufriedenheit mit den Maßnahmen

Die Wirksamkeit der durchgeführten Maßnahmen und deren Kosten-/Nutzen-Verhältnis wird um so besser eingeschätzt, je größer die Unternehmen sind.

	1-19 Beschäftigte	20-49 Beschäftigte	50-199 Beschäftigte	Über 200 Beschäftigte	Gewichteter Durchschnitt
sehr zufrieden (1)	0,0 %	4,7 %	8,8 %	15,4 %	5,8 %
zufrieden (2)	77,1 %	76,2 %	73,5 %	69,2 %	74,8 %
nicht zufrieden (3)	22,9 %	19,0 %	17,7 %	15,4 %	19,4 %
Durchschnitt	2,2 %	2,1 %	2,0 %	2,0 %	2,1 %

Tabelle 3: Zufriedenheit nach Unternehmensgröße

Auch hier zeigt sich der bereits beschriebene „Sprung“ bei den Großunternehmen. Dabei ist weniger die Zunahme der generellen Zufriedenheit interessant, sondern der deutliche Anstieg der Unternehmen, die mit der Wirksamkeit ihrer Maßnahmen „sehr zufrieden“ sind. Bei den Unternehmen mit mehr als 200 Beschäftigten ist der Anteil derjenigen, welche die Wirksamkeit ihrer Maßnahmen als sehr gut beurteilt, fast doppelt so groß wie bei den Unternehmen mit 50 bis 199 Beschäftigten.

## Umfrage und Stichprobe

Im Frühjahr 2002 wurden insgesamt 350 nach Unternehmensgröße und Branchen repräsentativ ausgewählte Unternehmen aus Niedersachsen angeschrieben.

103 der angeschriebenen Unternehmen haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt zurückgesandt. Nach Größenklassen verteilen sich diese wie folgt:

	1-19 Beschäftigte	20-49 Beschäftigte	50-199 Beschäftigte	Über 200 Beschäftigte
absolut	35	21	34	13
relativ	33,9 %	20,4 %	33,0 %	12,6 %

Tabelle 4: Stichprobe

Diese Zahlen bilden die Grundgesamtheit der gemeldeten Unternehmen gut ab. Verglichen mit der Grundgesamtheit sind dabei lediglich die Betriebe mit 1-19 Beschäftigten leicht unterrepräsentiert.

## **Schnee.Gronauer & Partner**

Schnee.Gronauer & Partner ist Spezialist für effiziente integrierte Kommunikation.

Härterer Wettbewerb, unmotivierte Mitarbeiter, fehlende Liquidität oder eine unklare Unternehmensnachfolge - die unternehmerischen Herausforderungen sind dabei so vielfältig wie unsere Beratung.

Wir arbeiten prozessbezogen und bieten Ihnen nach Ihren Anforderungen ein in Phasen unterteiltes Dienstleistungskonzept an. Sie entscheiden und wir erarbeiten für Ihre Zielsetzung bedarfsgerechte und wirtschaftliche Lösungen.

Wir unterstützen Sie und übernehmen Prozessverantwortung von der Situationsanalyse über die Konzeption bis zur Umsetzung. Ob Gesamtkonzept oder einzelne Maßnahme - wir unterstützen Sie bei jedem Schritt.

Durch die Verzahnung unterschiedlicher Maßnahmen und Sichtweisen nutzen Sie Synergieeffekte und erreichen mehr.

Wir freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen. Sie wollen mehr wissen? Rufen Sie uns an!

Schnee.Gronauer & Partner  
Strategie.Vermarktung.Projektmanagement

Minister-Stüve-Straße 14  
30449 Hannover

Fon 0511.45 000 77  
Fax 0511.45 000 799

eMail [info@sgup.de](mailto:info@sgup.de)  
Web [www.sgup.de](http://www.sgup.de)