

IMMER NOCH NEULAND?

Deutschlands KMU haben Nachholbedarf im Internet





VERTANE CHANCEN

WARUM DEUTSCHLANDS FIRMEN IM INTERNET NACHARBEITEN MÜSSEN

Herausgeber

Immer noch Neuland? (Version 1.2)
7leads GmbH © 2016

Tucholskystraße 13
10117 Berlin
Deutschland

www.homepage-ratgeber.de

Vertreten durch:

Julian Weber & Jonas Weiland

Kontakt:

Kundensupport: 0800 1213400
Telefon: (030)120532042
E-Mail: info@7leads.org

Wie gut präsentieren sich die deutschen kleinen und mittelständischen Unternehmen im Internet? Sind sie überhaupt im Web mit einer eigenen Website präsent? Und falls ja: Wie viel Geld hat sie die Erstellung der Website gekostet und wie viele Arbeitsstunden mussten aufgewendet werden? Erfüllen die Websites aktuelle Qualitätsansprüche? Heißt: Werden die Seiten regelmäßig aktualisiert?

Wir sind diesen Fragen in einer repräsentativen Studie in Zusammenarbeit mit Promio.net auf den Grund gegangen und haben 196 KMU zu ihren Internetauftritten befragt. Die kleinen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland nutzen das Potenzial des Internets noch nicht. Viele haben noch nicht einmal eine eigene Website. Und die Unternehmen, die eine eigene Website betreiben, aktualisieren diese nur in zu großen oder unregelmäßigen Abständen.

Auf den folgenden Seiten werden wir die Ergebnisse der Studie ausführlich beleuchten. Dabei benennen wir mögliche Gründe, warum viele Unternehmer immer noch auf eine eigene Internetseite verzichten. Außerdem geben wir Tipps, wie Unternehmen die Kosten für ihre Website reduzieren können.

INHALT

1	ÜBER DIE STUDIE	2
2	DEUTSCHLANDS FIRMEN SIND NOCH NICHT IM INTERNET ANGEKOMMEN	4
2.1	Die Firmen sind sich der zunehmenden Bedeutung von Websites bewusst	5
2.2	Firmen nutzen Websites primär zur Neukundengewinnung und als moderne Visitenkarte	6
2.3	Ein Internetauftritt wird mehrheitlich als sehr wichtig erachtet	8
3	WIE WERDEN FIRMEN-WEBSITES ERSTELLT?	9
3.1	Größere Unternehmen bevorzugen Freelancer und Agenturen	10
3.2	Homepage-Baukästen als ernstzunehmende Alternative	11
4	AKTUALITÄT UND ERSTELLUNGS-AUFWÄNDE DEUTSCHER FIRMEN-WEBSITES	12
4.1	Veraltete Websites im Touristik-Bereich	12
4.2	Große Unterschiede bei den Kosten für die Erstellung von Firmen-Websites	13
4.3	So viele Arbeitsstunden werden bei der Website-Erstellung aufgewendet	14
4.4	Wie oft aktualisieren KMU ihre Website?	16
4.5	Ablauf von Website-Aktualisierungen	18
4.6	Folgeaufwände bei Unternehmens-Websites	19
4.7	Branchenabhängige Unterschiede	21
4.8	Hohe Zufriedenheit mit der eigenen Website	22
5	WIE KÖNNEN FIRMEN DIE KOSTEN UND DEN AUFWAND FÜR IHRE WEBSITE OPTIMIEREN?	24
5.1	Unternehmen trauen sich Website-Erstellung in Eigenregie zu	25
5.2	Keine Berührungängste mit Homepage-Baukästen	26
5.3	Einschätzung: Homepage-Baukästen gleichwertig zu Agentur-Websites	27
5.4	Homepage-Baukästen reduzieren die Folgekosten	28
5.5	Konkrete Vorteile von Homepage-Baukästen	29
6	KEY-FACTS	30

ÜBER DIE STUDIE

Befragt wurden 196 kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) unterschiedlicher Branchen und Firmengrößen. Als KMU werden Unternehmen gemäß der Definition der Europäischen Kommission¹ dann bezeichnet, wenn die Zahl der Beschäftigten 249 nicht überschreitet und der Umsatz bei bis zu 50 Millionen Euro pro Jahr liegt. 44 der befragten KMU gaben an, keine eigene Website zu betreiben. Diesen Befragten konnten also keine weiteren spezifischen Fragen zu ihrer Website gestellt werden. Die Grafiken und Prozentwerte dieser Studie beziehen sich also auf die Antworten von 152 Unternehmen. Diese verteilen sich auf die rechts dargestellten Branchen.

Die befragten Unternehmen kommen aus sehr unterschiedlichen Branchen. Befragt wurden Unternehmen unterschiedlicher Größe:

1-10 Mitarbeiter	30,92 %
11-25 Mitarbeiter	9,87 %
26-50 Mitarbeiter	13,82 %
51-100 Mitarbeiter	14,47 %
101-150 Mitarbeiter	16,45 %
151-200 Mitarbeiter	8,55 %
201-250 Mitarbeiter	5,92 %

Auch bezüglich der Umsatzzahlen unterschieden sich die befragten Unternehmen deutlich:

Unter 100.000 Euro	17,76 %
100.001 – 250.000 Euro	11,18 %
250.001 – 500.000 Euro	7,24 %
500.001 – 750.000 Euro	5,26 %
750.001- 1 Mio.	10,53 %
1 – 2 Millionen Euro	15,13 %
Mehr als 2 Millionen Euro	22,37 %
Möchte ich nicht angeben.	10,53 %

¹ <http://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-der-eu-kommission/>

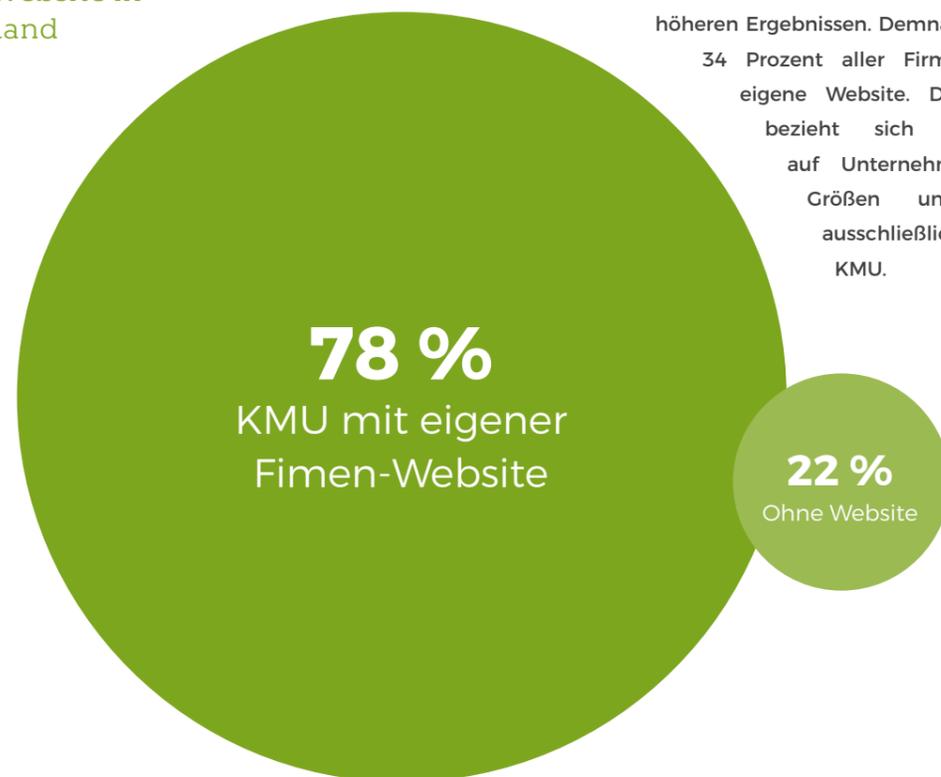
Aus welchen Branchen kamen die Unternehmen, die von uns befragt wurden ?



2 DEUTSCHLANDS FIRMEN SIND NOCH NICHT IM INTERNET ANGEKOMMEN

Eine eigene Website zu betreiben, sollte für Firmen im Jahr 2016 eine Selbstverständlichkeit sein. Die Realität sieht allerdings anders aus. Von den 196 befragten Unternehmen gaben 44 an, gar keine eigene Website zu betreiben. Das sind über 22 Prozent!

Anteil der Unternehmen mit eigener Website in Deutschland



Dieses Ergebnis ist nur auf den ersten Blick überraschend, denn eine Statista-Studie² kommt zu noch höheren Ergebnissen. Demnach haben 34 Prozent aller Firmen keine eigene Website. Diese Zahl bezieht sich allerdings auf Unternehmen aller Größen und nicht ausschließlich auf KMU.

“ 22 Prozent aller Firmen haben keine eigene Website. “

Die Statista-Daten verraten noch ein weiteres interessantes Detail: Der Prozentsatz der Firmen mit einer eigenen Website liegt schon seit mehreren Jahren konstant bei ungefähr 66 Prozent. Es gibt also einen gleichbleibend hohen Anteil von Firmen, die auf eine eigene Homepage verzichten.

² <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/151766/umfrage/anteil-der-unternehmen-mit-eigener-website-in-deutschland/>

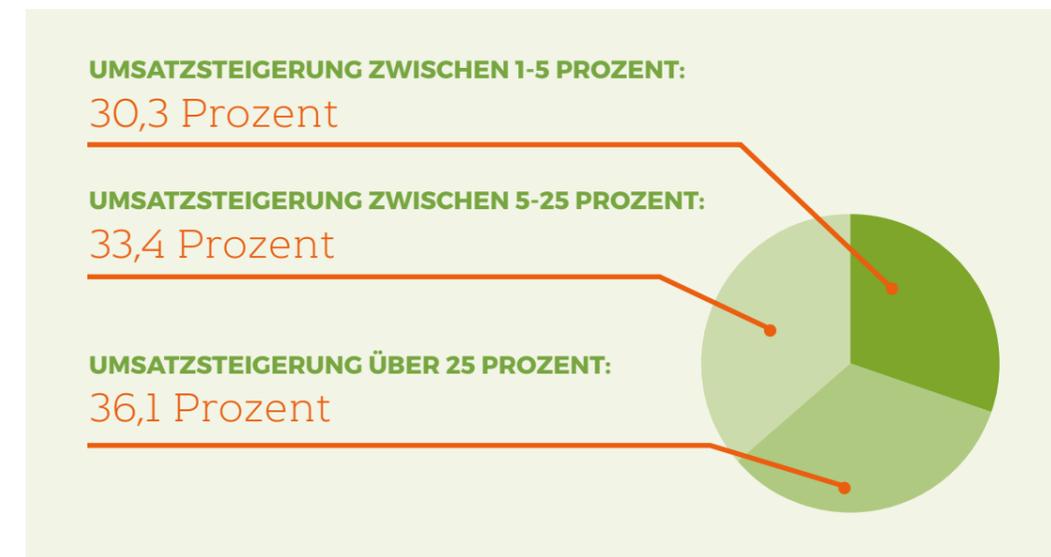
2.1 DIE FIRMEN SIND SICH DER ZUNEHMENDEN BEDEUTUNG VON WEBSITES BEWUSST

Die große Zahl der Internetverweigerer unter den deutschen Firmen ist bemerkenswert, weil eine Homepage für Unternehmen eigentlich unverzichtbar zu sein scheint. So zeigte schon eine Studie des ECC Handel³ zu E-Geschäftsprozessen in KMU und Handwerk aus dem Jahr 2011, dass Unternehmen mit eigenem Online-Shop eine bedeutende Steigerung der Online-Umsätze verzeichneten.

Nun ist es natürlich nicht für jedes Unternehmen strategisch sinnvoll oder konzeptionell passend, einen eigenen Online-Shop einzurichten. Dass eine

“ 40 Millionen Deutsche nutzen regelmäßig das Internet zur Informationssuche. “

Welche Umsatzsteigerungen erzielen Online-Shops?



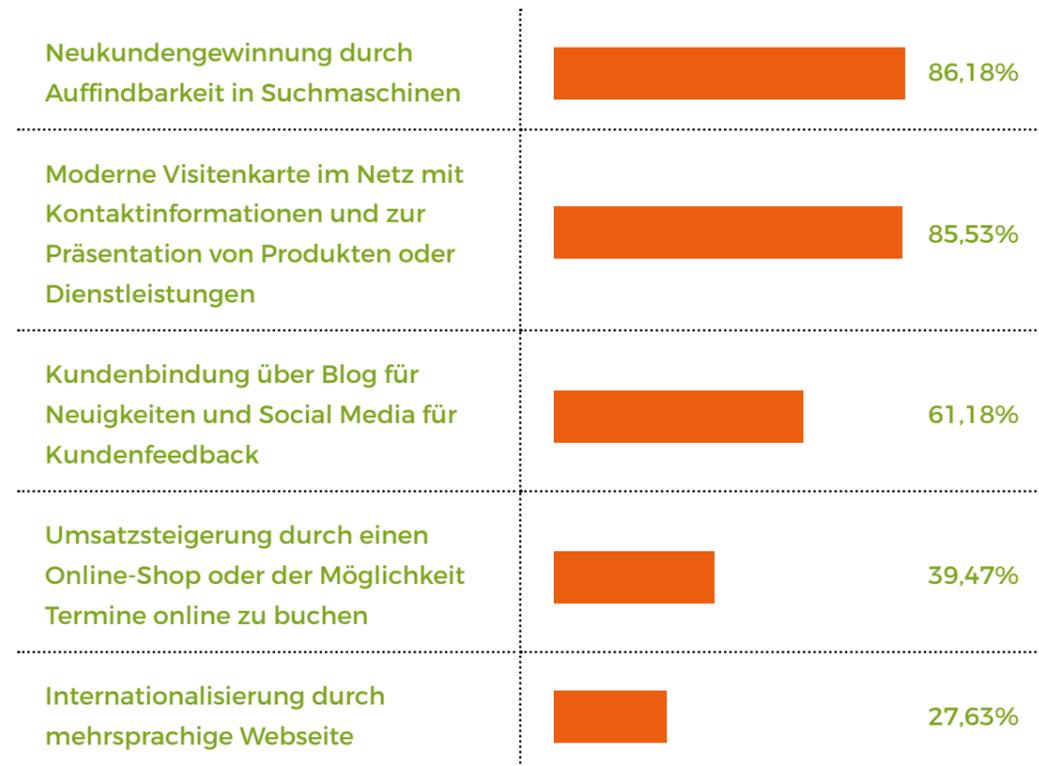
Internetseite dennoch für eine Firma unverzichtbar sein sollte, zeigt der folgende Fakt. So nutzen über 40 Millionen Deutsche einer Statista-Studie⁴ zufolge mindestens einmal pro Woche das Internet zur Informationssuche. Dabei wird das Internet für Suchen aller Art genutzt. Der Suche nach dem aktuellen Kinoprogramm genauso wie für die Suche nach einem empfehlenswerten Handwerker, einem kompetenten Familienrechtsanwalt oder einem renommierten Frisör in der Stadt. Wer bei solchen Internetsuchen nicht mit einer eigenen Firmen-Website aufwarten kann, verpasst die Chance, relativ einfach und kostengünstig neue Kunden zu gewinnen.

³ <http://www.mittelstand-digital.de/MD/Redaktion/DE/PDF/studie-it-sicherheit-2011-pdf.property=pdf.bereich=md.sprache=de.rwb=true.pdf>
⁴ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/183133/umfrage/nachrichten-und-informationen-internetnutzung/>

2.2

FIRMEN NUTZEN WEBSITES PRIMÄR ZUR NEUKUNDENGWINNUNG UND ALS MODERNE VISITENKARTE

Die Neukundengewinnung ist logischerweise auch ein zentrales Kriterium der befragten Firmen, welche Vorteile sie sich von ihrem Internetauftritt versprechen. Die drei bedeutsamsten Vorteile durften die Unternehmen jeweils nennen:



Die Neukundengewinnung ist also der zentrale Vorteil, den Firmen sich von einer eigenen Website versprechen. Schaut man sich bei der Umfrage die Ergebnisse gesplittet nach Branchen an, zeigt sich, dass die Neukundengewinnung vor allem für Firmen aus dem Bereich „Freizeit, Touristik, Kultur & Sport“ sowie „Groß- und Einzelhandel“ der entscheidende Vorteil einer eigenen Website ist. In diesen Branchen lag die Zustimmung zu diesem Punkt bei 100 Prozent!

Im Baugewerbe sowie in den Unternehmensbereichen „Elektrotechnik, Feinmechanik, Optik“, bei Firmen aus den Branchen „Unternehmensberatung, Wirtschaftsprüfung und Recht“ sowie „Gesundheit und soziale Dienste“ hingegen dient die Website vor allem als moderne Visitenkarte mit Kontaktinformationen. Hier lag die Zustimmung bei allen Befragten bei 100 Prozent. Die Neukundengewinnung ist bei diesen Firmen das Sekundärziel des Firmenauftritts.

„**Freizeit, Touristik, Kultur & Sport** sowie **Groß- und Einzelhandel**. In diesen Branchen lag die Zustimmung zum Vorteil „Neukundengewinnung“ bei 100 Prozent!“



2.3

EIN INTERNETAUFTRITT WIRD MEHRHEITLICH ALS SEHR WICHTIG ERACHTET

Firmenpräsentation, Neukundengewinnung, Kundenbindung, Umsatzsteigerung und Internationalisierung: Bei solchen potenziellen Vorteilen, die eine eigene Website mitbringt, überrascht es nicht, dass die Umfrageteilnehmer auf die Frage, wie wichtig es sei, in ihrer Branche einen Internetauftritt zu haben, wie folgt antworteten:

Für wie wichtig halten sie eine eigene Website?



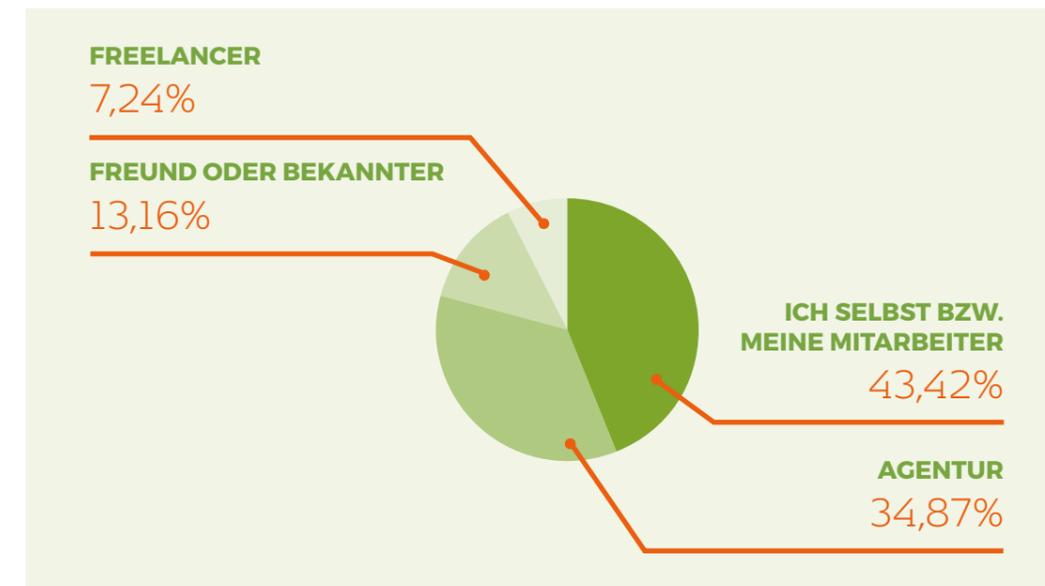
Fast 93 Prozent der befragten Unternehmen erachten eine eigene Website also entweder als wichtig, oder als sehr wichtig! Umso bemerkenswerter ist es, dass trotzdem immer noch so viele Firmen auf eine eigene Website verzichten!

3

WIE WERDEN FIRMEN-WEBSITES ERSTELLT?

Unternehmen haben viele Möglichkeiten, eine eigene Website zu erstellen. So machen es Lösungen wie Wordpress und auch moderne Homepage-Baukästen möglich, mit geringen finanziellen Mitteln eine eigene Website zu erstellen. Homepage-Baukästen bieten zudem noch den Vorteil, dass sie sehr einfach zu bedienen sind und keine technischen Vorkenntnisse des Anwenders erfordern. Auf der anderen Seite ist es natürlich auch möglich, Internetagenturen oder Freelancer mit der Aufgabe zu betrauen, die Firmen-Website zu erstellen. Doch welche Variante ist in kleinen und mittelständischen Unternehmen beliebter? Wer kümmert sich um die Gestaltung der Firmen-Websites?

Wer hat ihre Website erstellt?



In ca. 43 Prozent der Fälle kümmert sich also der Firmeninhaber, beziehungsweise ein Mitarbeiter selbst um die Erstellung der Websites. Fast genauso viele (ca. 42 Prozent) setzen lieber auf externe Dienstleister wie Agenturen und Freelancer. Etwa 13 Prozent beauftragen Freunde oder Bekannte mit der Gestaltung.

Schaut man sich die Umfrageergebnisse bezogen auf die Unternehmensgröße an, fällt auf, dass vor allem kleine Unternehmen die Gestaltung ihrer Website selbst in die Hand nehmen. So liegt der Wert bei Unternehmen mit einem Umsatz von unter 250.000 Euro bei rund 64 Prozent – also deutlich über dem Durchschnitt.

ca. 64 % aller Firmen bis 250k Umsatz erstellen ihre Website selbst

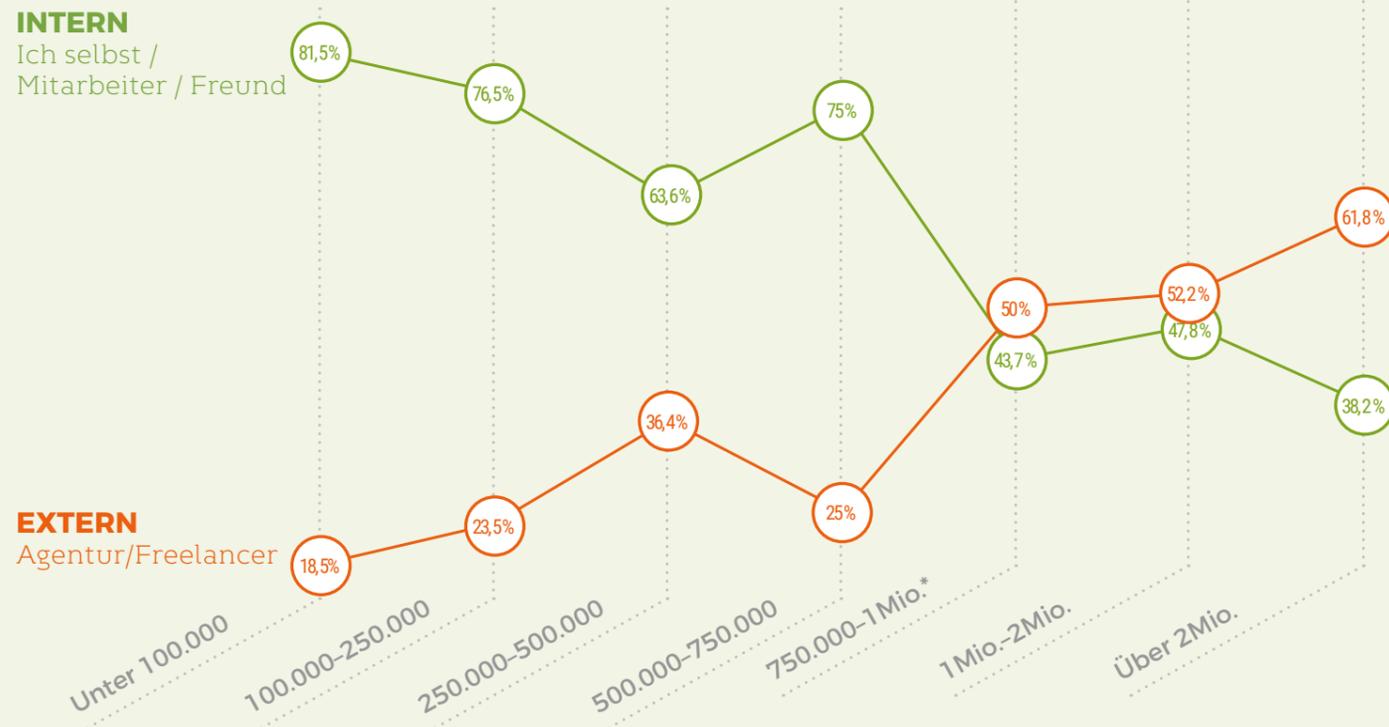
3.1

GRÖßERE UNTERNEHMEN BEVORZUGEN FREELANCER UND AGENTUREN

Im Umkehrschluss bedeutet das aber nicht, dass Firmen mit einem größeren Jahresumsatz ausschließlich externe Dienstleister beauftragen. So liegt der Anteil der „Selbstersteller“ selbst bei Firmen mit mehr als 2 Millionen Euro Umsatz bei über 39 Prozent.

Trotzdem ist der Trend unverkennbar, dass proportional zum Umsatz eines Unternehmens die Bereitschaft sinkt, sich selbst um die Erstellung der Website zu kümmern.

Mit steigendem Umsatz eines Unternehmens, sinkt die Bereitschaft sich selbst um die Erstellung der Website zu kümmern



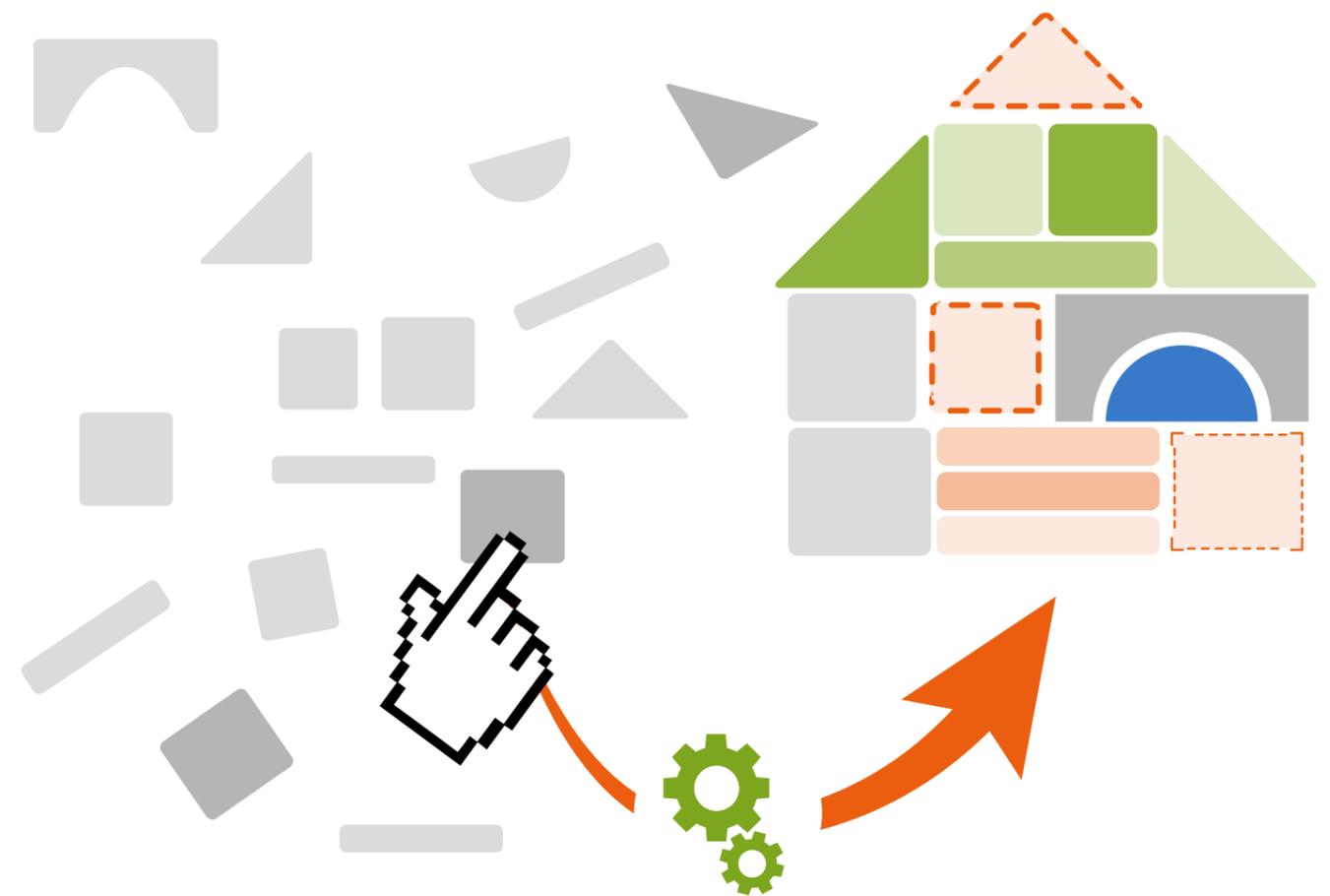
* 6,25 % haben keine Angabe gemacht

3.2

HOMEPAGE-BAUKÄSTEN ALS ERNSTZUNEHMENDE ALTERNATIVE

Bemerkenswert ist bei dem Umfrageergebnis, dass die Bereitschaft, sich selbst um die Erstellung der Firmen-Website zu kümmern, bei Unternehmen aller Umsatzgrößen relativ ausgeprägt ist (ca. 71 Prozent). Hierfür könnten unter anderem die bekannten Homepage-Baukästen verantwortlich sein, die spezifische Branchen-Vorlagen mitbringen und so optimal für die schnelle und günstige Erstellung von Firmen-Websites geeignet sind. Keine Überraschung dürfte es sein, dass der Anteil derjenigen, die sich selbst um die Erstellung kümmern, in der Branche „IT & Internet“ mit 87,5 Prozent mit Abstand am höchsten ist!

Trotzdem kümmern sich die meisten Unternehmen nicht selbst um die Erstellung der Firmen-Websites, sondern beauftragen andere damit. Zum Beispiel Freunde, Bekannte, professionelle Internetagenturen oder Dienstleister. Zu diesem Ergebnis kommt auch eine aktuelle Statista-Studie⁵, in der 60 Prozent der befragten KMU angaben, die Homepage-Erstellung an einen spezialisierten Web-Dienstleister oder eine Agentur abzugeben. Nur 25 Prozent gaben an, dass sie sich selbst oder ein Mitarbeiter um die Erstellung gekümmert haben.



⁵ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/208987/umfrage/beauftragte-fuer-erstellung-von-firmenwebseiten-fuer-kmu/>

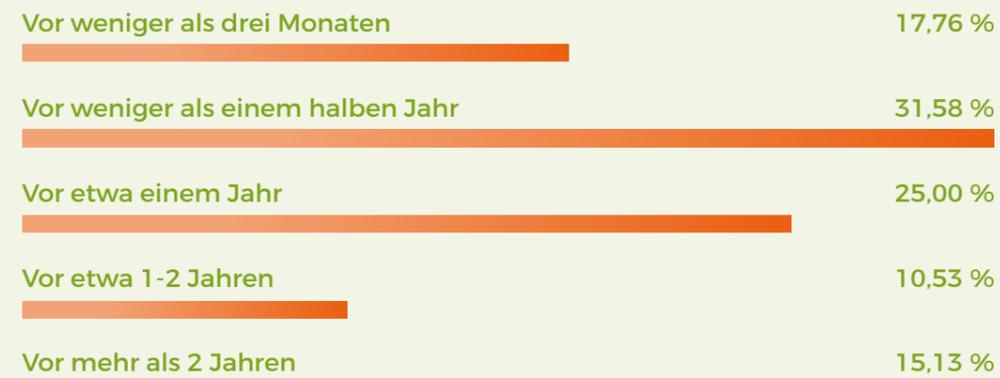
AKTUALITÄT UND ERSTELLUNGS-AUFWÄNDE DEUTSCHER FIRMEN-WEBSITES

Eine eigene Website zu betreiben, ist für Unternehmen natürlich nur dann ein Wettbewerbsvorteil, wenn diese auch qualitativ überzeugen kann. Zu den Qualitätsfaktoren zählen unter anderem ein modernes Layout, aktuelle und lesenswerte Inhalte, eine ansprechende Optik sowie eine optimale Benutzerfreundlichkeit auf allen Internetzugangsgaräten.

Einen Indikator, wie gut sich Deutschlands Firmen im Internet präsentieren, ist das Alter der entsprechenden Website. Sprich: Wurde die Website möglicherweise schon vor zehn Jahren erstellt und seitdem nicht mehr neu aufgesetzt?

Den Umfrageergebnissen zufolge, trifft das nur auf eine Minderheit der Firmen zu.

Wann haben Sie das letzte Mal eine neue Website erstellt oder erstellen lassen?



VERALTETE WEBSITES IM TOURISTIK-BEREICH

Bei den meisten Firmen ist die aktuelle Website also noch relativ frisch. Gesplittet nach Branchen ergab sich bei dieser Frage jedoch eine Auffälligkeit. So lag der Wert bei „Vor mehr als 2 Jahren“ in der Branche „Freizeit, Touristik, Kultur & Sport“ bei 30 Prozent. Hier sind also vielfach veraltete Websites vertreten – und das, obwohl gerade in dieser Branche das wichtigste Ziel der Website die Neukundengewinnung ist.

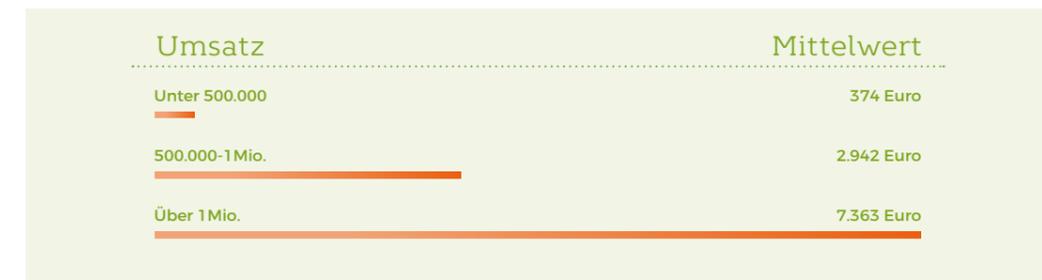
GROSSE UNTERSCHIEDE BEI DEN KOSTEN FÜR DIE EXTERNE ERSTELLUNG VON FIRMEN-WEBSITES

Fragt man die Unternehmen, wie viel sie die erstmalige Erstellung ihres Internets-Auftritts gekostet hat, sind die Ergebnisse sehr unterschiedlich. Von 6 Euro, für den ersten Monatsvertrag bei einem Homepage-Baukasten, bis hin zu 20.000 Euro reicht die Spanne.

Hinweis zu den Umfrageergebnissen in diesem Kapitel: Nur rund die Hälfte (45 Prozent) der befragten Unternehmen hat Angaben zu den Aufwänden (Euro / Aufwand in Stunden) gemacht, die bei der Erstellung angefallen sind.

In der Umfrage konnten die Unternehmen außerdem auswählen, ob sie die Kosten für die Erstellung ihrer Website in Euro (Durchführung durch externen Dienstleister) oder in Stunden (Durchführung durch firmeninterne Personen) angeben. Aus diesem Grund werden in diesem Kapitel die Kosten und die Aufwände separat voneinander betrachtet und aufgeführt.

Was hat die erstmalige Erstellung des Internetauftritts gekostet?



Am meisten Geld gaben Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 1 Mio. Euro aus. Hier lag der Mittelwert bei rund 7.500 Euro. Generell bezogen auf die Unternehmensgrößen ergaben sich bei den Kosten deutliche Unterschiede.

Einen deutlichen Zusammenhang gibt es hier zwischen der Unternehmensgröße und den Kosten, die für die Erstellung des Internetauftritts aufgewendet werden.

” Für die externe Erstellung ihrer Website geben Unternehmen im Schnitt **3.355 Euro** aus.

“

SO VIELE ARBEITSSTUNDEN WERDEN BEI DER FIRMENINTERNEN WEBSITE-ERSTELLUNG AUFGEWENDET

Die Unternehmen, die ihre Firmen-Website in Eigenregie erstellt haben, wurden befragt, wie viele Arbeitsstunden dafür angefallen sind.

Wie viel Zeit haben sie für die Erstellung ihrer Website aufgewendet?

Umsatz	Mittelwert
Unter 500.000	29 Stunden
500.000-1Mio.	21 Stunden
Über 1Mio.	100 Stunden

„ Im Schnitt investieren Deutschlands KMU **58 Arbeitsstunden** für die firmeninterne Erstellung ihrer Website. “

Im Schnitt investieren Deutschlands KMU 58 Arbeitsstunden für die Erstellung einer Firmen-Website. Allerdings gibt es nach oben wie unten starke Ausschläge. So schätzen manche Unternehmen ihren Aufwand auf über 600 Stunden. Andere hingegen haben ihren Internetauftritt laut eigener Aussage in nur einer Stunde realisiert!

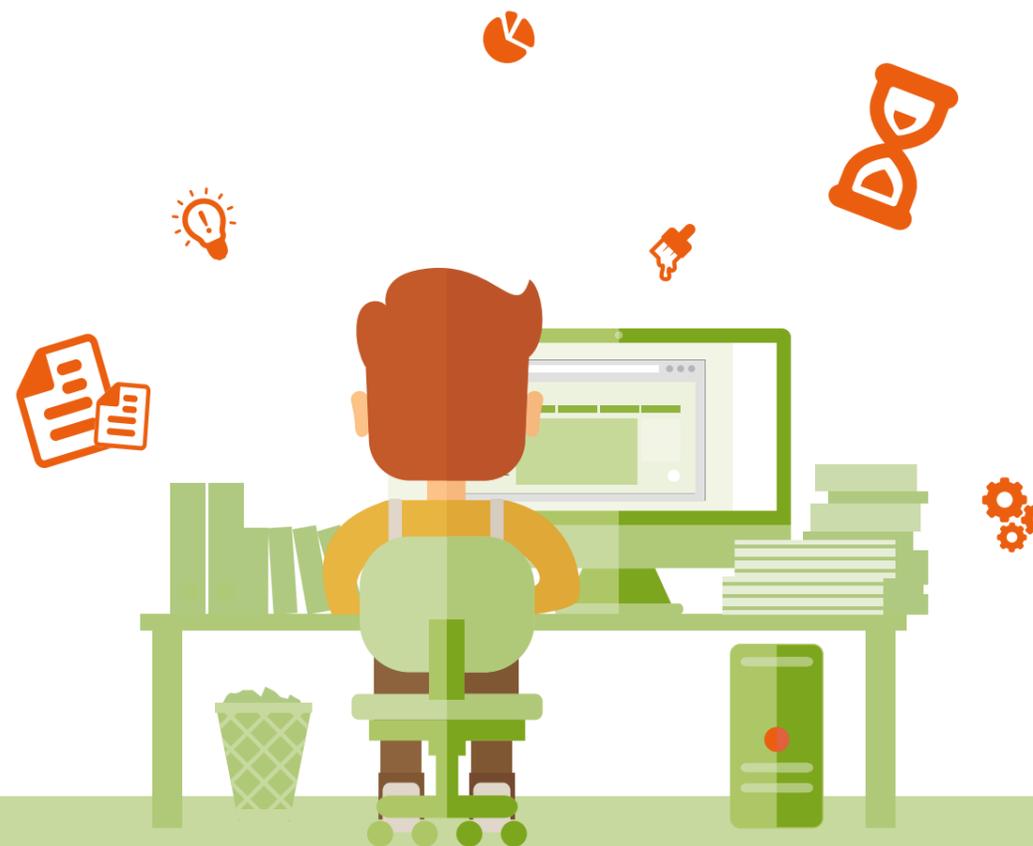
Firmen mit einem Jahresumsatz von unter 1 Mio. Euro wenden deutlich weniger Arbeitsstunden für die interne Erstellung ihrer Website auf als Unternehmen mit einem größeren Jahresumsatz. Die Diskrepanz lässt sich damit erklären, dass die Erstellung von Firmen-Websites umsatzstärkerer Unternehmen deutlich aufwändiger ist als die Erstellung von Internetauftritten umsatzschwächerer Unternehmen, die oftmals nur aus drei, vier Unterseiten bestehen.



Gleichzeitig ist der Anteil an Unternehmen, die ihre Firmen-Website selbst erstellen, bei den umsatzschwachen Unternehmen deutlich größer:

Wer hat ihren Internetauftritt erstellt?

Umsatz	Ich / meine Mitarbeiter
Unter 500.000	76 %
500.000-1Mio.	54 %
Über 1Mio.	42 %



WIE OFT AKTUALISIEREN KMU IHRE WEBSITE?

Deutlich wichtiger wie ein in gewissen Zeitabständen durchgeführter Re-Launch (kompletter Neuaufbau der Website) beziehungsweise ein Re-Design (Aktualisierung des Webdesigns) ist es, seine Website regelmäßig zu aktualisieren. Bedarf dafür besteht immer! So können mit neuen, lesenswerten Inhalten zusätzliche Besucher über die Suchmaschinen auf die Website gelockt werden. Zudem ist auch die Pflege und Aktualisierung bestehender Inhalte regelmäßig nötig. Möglicherweise zeigen die Fotos auf der Website das Ladenlokal noch vor der Renovierung. Oder es werden als Ansprechpartner Mitarbeiter genannt, die längst nicht mehr im Unternehmen tätig sind.

Aus diesen Gründen ist es für die Qualität einer Website von entscheidender Bedeutung, zumindest einmal pro Woche den Internetauftritt zu aktualisieren. Doch wird dies von Deutschlands KMU auch umgesetzt?

Wie häufig aktualisieren sie ihre Website durchschnittlich?



Die Umfrage zeigt ein zweischneidiges Ergebnis: So aktualisieren 60 Prozent der Firmen ihre Website mindestens einmal pro Woche. 32,9 Prozent hingegen kümmern sich höchstens einmal pro Monat um ihre Website. Erstaunlich: Selbst bei den Unternehmen mit über 2 Mio. Euro Umsatz war dieser Wert nicht signifikant niedriger. Er lag bei 29,4 Prozent.

Beachtet werden sollte bei diesem Umfrageergebnis, dass jede Aktualisierung automatisch auch mit Kosten verbunden ist. Vor allem für Unternehmen, bei denen häufig eine Aktualisierung der Website nötig ist, ist es wichtig, dass die Änderungen möglichst schnell und benutzerfreundlich vorgenommen werden können. Im Idealfall sollten Mitarbeiter die entsprechenden Aktualisierungen problemlos eigenständig vornehmen können – wie dies beispielsweise der Fall ist, wenn ein Homepage-Baukasten genutzt wird. Bei komplizierten CMS-Lösungen, die eventuell von Internetagenturen oder Freelancern bereit gestellt werden, sind Aktualisierungen hingegen oftmals deutlich aufwändiger, sodass diese möglicherweise nur von speziell geschulten Mitarbeitern vorgenommen werden können.



ABLAUF VON WEBSITE-AKTUALISIERUNGEN

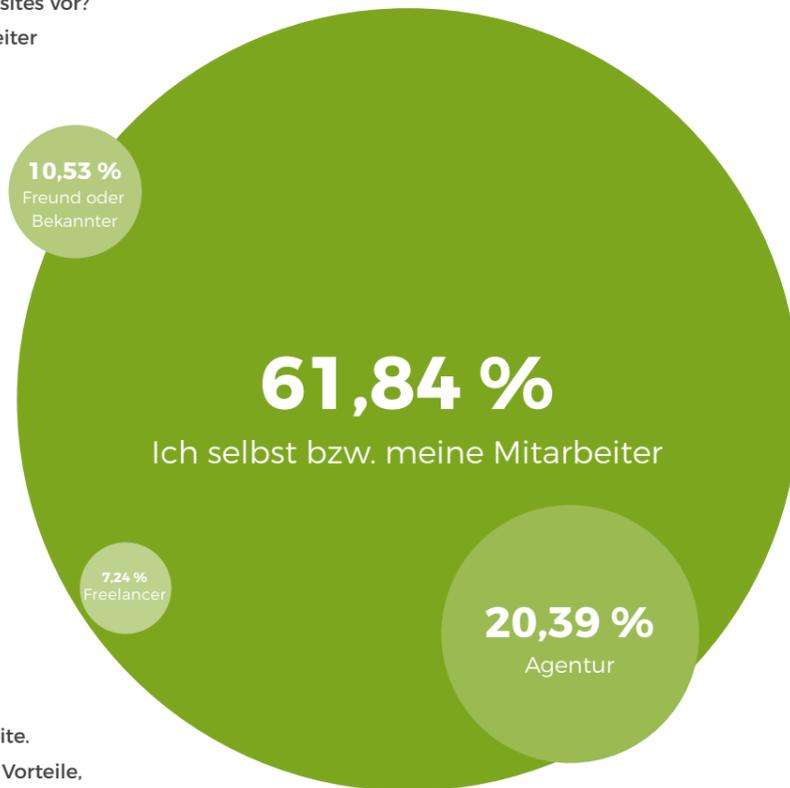
Die Aktualisierung einer Website ist grundsätzlich mit Aufwand beziehungsweise mit Kosten verbunden. Das gilt nicht nur für das Überarbeiten oder Erstellen neuer Texte, sondern auch für das Online-Stellen neuer Funktionen auf der Website und für eine Aktualisierung des Designs. Doch wie gehen Deutschlands KMU bei der Pflege ihrer Websites vor? Kümmern sich die Mitarbeiter oder der Chef selbst um die Aktualisierung der Website, oder werden diese Aufgaben an externe Dienstleister übertragen?

Wer kümmert sich um die Pflege ihres Internetauftritts?

Rund 62 Prozent aller Unternehmen kümmern sich also selbst um die Pflege und Aktualisierung ihrer Website. Diese Vorgehensweise hat Vorteile, denn so können Änderungen schneller umgesetzt werden.

Läuft die Pflege über eine Agentur oder einen Freelancer, entstehen dadurch nicht nur zusätzliche Kosten, sondern auch zeitliche Verzögerungen. Schließlich muss die Agentur oder der Freelancer dann zunächst über Änderungswünsche informiert werden.

Anschließend werden Entwürfe ausgearbeitet, gegenseitig bewertet und abgenommen. Bis die Änderungen schließlich online sind, können Tage, manchmal sogar Wochen vergehen. Wenn die Pflege und Aktualisierung der Website im Unternehmen selbst vorgenommen wird, können Entscheidungswege deutlich verkürzt werden.



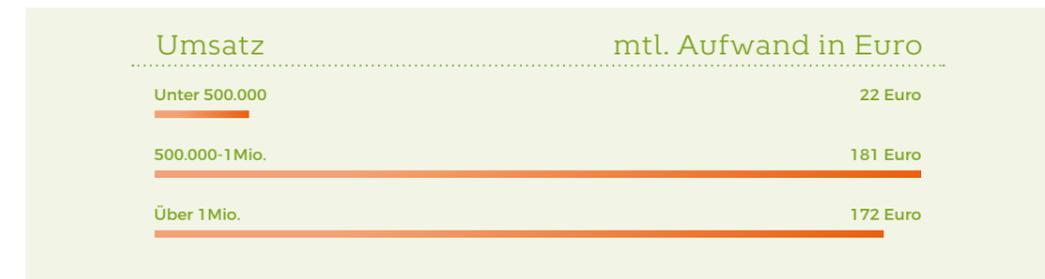
FOLGEAUFWÄNDE BEI UNTERNEHMENS-WEBSITES

Neben den Aufwänden für die erstmalige Erstellung der Website kommen für die Pflege und Aktualisierung also auch Folgeaufwände auf die Unternehmen zu. Doch wie viel Aufwand verursacht die Pflege einer Firmen-Website konkret? Wir haben Deutschlands KMU dazu befragt.

Hinweis zu den Umfrageergebnissen in diesem Kapitel: Auch hier unterscheiden wir wieder zwischen den Unternehmen, die ihre Website selbst pflegen (Aufwand in Stunden) und denen, die diese Aufgaben externen Dienstleistern anvertrauen (Aufwand in Euro). Angaben zu ihren anfallenden Folgeaufwänden machten insgesamt 50 Prozent der Umfrageteilnehmer.

Zunächst zu den Unternehmen, die externe Dienstleister mit der Homepagepflege beauftragen:

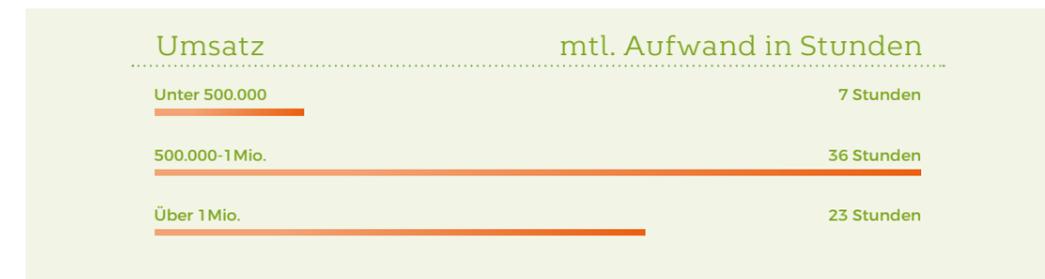
Wie hoch ist der mtl. Aufwand für den Betrieb ihres Internetauftritts?



Im Schnitt geben die kleinen und mittelständischen Unternehmen für den monatlichen Betrieb ihrer Website 96 Euro aus. Das kosten die monatliche Pflege sowie der Betrieb (inklusive Hosting) des Internetauftritts. Schaut man sich die Detailergebnisse an, zeigen sich auch in diesem Punkt deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Unternehmen. So zahlen einige Firmen pro Monat unter 10 Euro. Andere hingegen geben monatliche Kosten von 500 Euro an.

Zum Vergleich schauen wir uns nun an, welcher Zeitaufwand bei den Firmen anfällt, die sich selbst um die Pflege und den Betrieb der eigenen Website kümmern:

Wie hoch ist der mtl. Aufwand für den Betrieb ihres Internetauftritts?



” Pro Monat kostet eine Firmen-Website im Schnitt 96 Euro.⁶

“

In umsatzstärkeren Unternehmen müssen für die Pflege und den Betrieb des Internetauftritts also deutlich mehr Arbeitsstunden aufgewendet werden als in umsatzschwächeren Firmen (siehe Grafik S. 19). Nun liegt die Vermutung nahe, dass dieser Wert sich so erklären lässt, dass umsatzstarke Unternehmen ihre Website im Schnitt häufiger aktualisieren als umsatzschwache. Und deshalb fallen automatisch auch mehr Arbeitsstunden an. Doch stimmt das?

Wie häufig aktualisieren sie ihre Website durchschnittlich?



Tatsächlich aktualisieren also umsatzstärkere Unternehmen ihre Firmen-Websites häufiger als umsatzschwächere. Allerdings nur in einem geringfügigem Rahmen, der die deutlichen Unterschiede bei den Arbeitsstunden, die regelmäßig für die Pflege anfallen, nicht erklären kann. Erklären lassen sich die Zahlen hingegen so, dass Unternehmen, die sich selbst um die Erstellung und Pflege ihrer Website kümmern, Änderungen schneller und effizienter vornehmen können. So können bei einem Homepage-Baukasten beispielsweise neue Inhalte von einem beliebigen Mitarbeiter problemlos sofort online gestellt werden.

” Im Schnitt investieren die Firmen in die Pflege ihrer Website 18 Stunden pro Monat.⁷

“

Doch was ist für Unternehmen nun günstiger? Sich selbst um die Pflege zu kümmern, oder diese Aufgabe an einen externen Dienstleister zu vergeben?

Günstiger ist es in diesem Punkt für Unternehmen, die ihre Firmen-Website zuvor mit einem Homepage-Baukasten selbst gestaltet haben. Dann nämlich übernimmt die Wartung der Baukasten-Anbieter und die Firmen können neue Inhalte selbst erstellen. Die monatlichen Kosten für die Website reduzieren sich dann auf die Monatsbeiträge für den Homepage-Baukasten und die Arbeitsstunden, die für die Erstellung neuer, beziehungsweise für die Überarbeitung bestehender Inhalte anfallen. Nicht vergessen darf man, dass Arbeitsstunden natürlich auch bei den Firmen anfallen, die die Pflege der Website externen Dienstleistern übertragen.

⁶ Umfrageergebnis zur Frage: Was kostet die monatliche Pflege/der Betrieb (inklusive Hosting) des Internetauftritts? Bitte schätzen sie den Aufwand in Euro.
⁷ Umfrageergebnis zur Frage: Was kostet die monatliche Pflege/der Betrieb (inklusive Hosting) des Internetauftritts? Bitte schätzen sie den Aufwand in Stunden.

4.7 | BRANCHENABHÄNGIGE UNTERSCHIEDE

Schaut man sich die Antworten auf die Frage nach der Website-Pflege gestaffelt nach Branchen an, fallen deutliche Unterschiede ins Auge. So setzen beispielsweise im Bereich „Freizeit, Touristik, Kultur & Sport“ 40 Prozent der Firmen auf externe Agenturen. Auch Unternehmen aus den Branchen „Elektrotechnik, Feinmechanik & Optik“ setzten zu 43 Prozent auf Dienstleister.

Im Gegensatz dazu setzen Firmen aus den Bereichen „Baugewerbe“ (71 Prozent), „IT & Internet“ (88 Prozent) sowie dem „Groß- und Einzelhandel“ (73 Prozent) verstärkt darauf, sich selbst um die Pflege der Firmen-Website zu kümmern.

Ein möglicher Grund für diesen deutlichen Unterschied könnte der sein, dass Firmen aus den Bereichen Groß- und Einzelhandel sowie dem Baugewerbe regelmäßig Aktualisierungen der Website vorgenommen werden müssen. Hier spart es Zeit und Kosten, wenn man sich selbst um diese Aufgaben kümmert und hierfür nicht jedes Mal einen externen Dienstleister einschalten muss.

Websitepflege durch externe Dienstleister, gestaffelt nach Unternehmensumsätzen

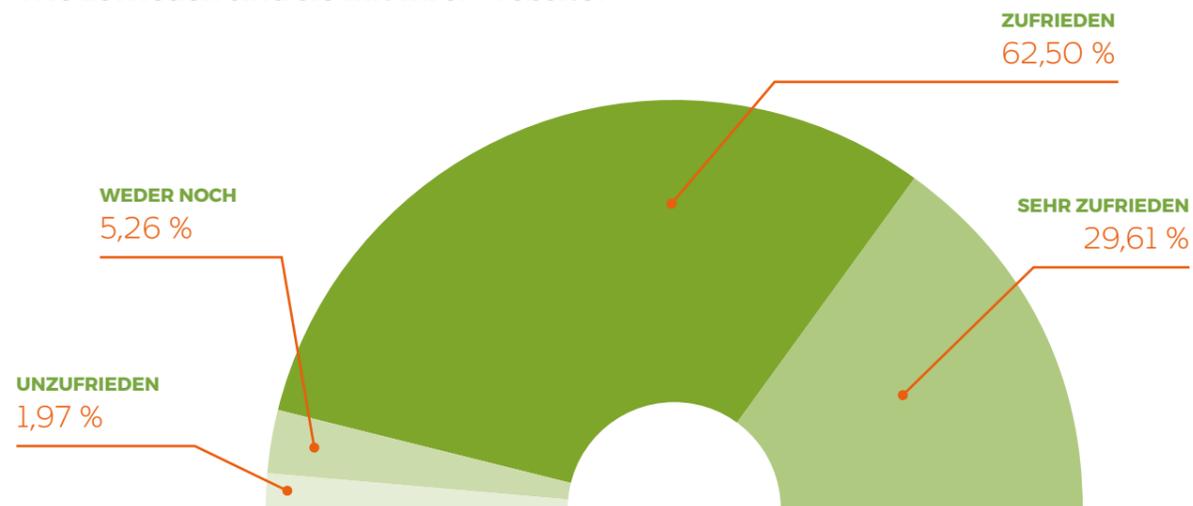


Betrachtet man die Ergebnisse gestaffelt nach den Jahresumsätzen der Unternehmen, zeigt auch dies ein deutliches Bild. So setzen vor allem umsatzschwächere Unternehmen darauf, sich selbst um die Pflege der Website zu kümmern oder Freunde beziehungsweise Bekannte mit dieser Aufgabe zu betrauen. Auf Agenturen und Freelancer setzt bei umsatzschwächeren Firmen nur eine Minderheit. Bei Unternehmen mit höherem Jahresumsatz hingegen beauftragt ein deutlich größerer Anteil externe Dienstleister.

HOHE ZUFRIEDENHEIT MIT DER EIGENEN WEBSITE

Bei der Frage, wie gut Deutschlands-Firmenwebsites qualitativ abschneiden, lohnt es sich natürlich auch, bei den Firmen selbst nachzufragen, wie zufrieden sie mit ihrer eigenen Website sind. Dabei ergibt sich ein eindeutiges Stimmungsbild.

Wie zufrieden sind sie mit ihrer Website?



Insgesamt sind also über 92 Prozent der Firmen mit ihrem Internetauftritt zufrieden oder sogar sehr zufrieden. Wirklich unzufrieden ist nur eine absolute Minderheit mit 2 Prozent. Als Grund dafür wird vor allem nicht aktuelle Inhalte auf der Website genannt.

Ein erstaunliches Detail offenbart sich, wenn man die Umfrageergebnisse nach Branchen unterteilt betrachtet. So antwortet über 27 Prozent der Firmen aus dem Groß- und Einzelhandel mit einem neutralen „weder noch“ auf die Frage, wie zufrieden sie mit ihrer Website sind. Interessant ist dieses Detail vor allem deshalb, weil Firmen dieser Branchen im Schnitt für die erstmalige Erstellung ihrer Website 2.812,50 Euro gezahlt haben. Deutlich mehr als beispielsweise Firmen aus den Branchen „Metallindustrie“, sowie „Unternehmensberatung, Wirtschaftsprüfung & Recht“.

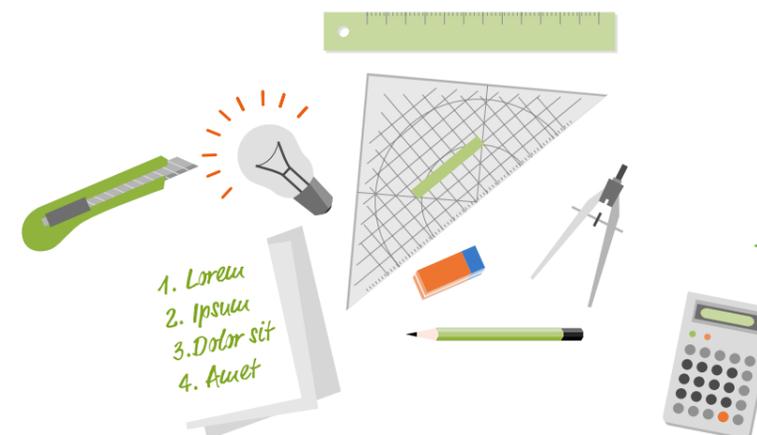
Aus diesem Grund lohnt es sich, einmal genauer hinzuschauen, ob „teure Websites“ in puncto Zufriedenheit besser abschneiden als günstige.

Hier werfen wir einen Blick auf die einzelnen Website-Erstellungskosten

Branchen	Kosten	Zufriedenheit
Elektrotechnik, Feinmechanik & Optik	7.500 Euro	100 %
Bildung & Training	3.217 Euro	90,1%
Groß- & Einzelhandel	2.813 Euro	72,7 %
Baugewerbe	2.505 Euro	100 %
Metallindustrie	1.650 Euro	87,5 %
IT & Internet	760 Euro	93,75 %
Untern., Wirtschaftspr., Recht	750 Euro	100 %
Gesundheit & soziale Dienste	500 Euro	84,6 %
Freizeit, Touristik, Kultur & Sport	202 Euro	90 %

Es ist also keineswegs so, dass Firmen mit teuren Websites zufriedener sind, als Firmen, die für die Website-Erstellung relativ wenig Geld ausgeben. Der Preis für die Erstellung ist somit kein geeignetes Qualitätskriterium.

„ Wer mehr Geld für seine Website ausgibt, ist nicht automatisch zufriedener mit dem Ergebnis! “





- 1. Lorem
- 2. Ipsum
- 3. Dolor sit
- 4. Amet

6 | WIE KÖNNEN FIR MEN DIE KOSTEN UND DEN AUFWAND FÜR IHRE WEBSITE OPTIMIEREN?

Dass Unternehmen für ihre Website im Schnitt 3.355 Euro ausgeben, dürfte ein entscheidender Grund dafür sein, dass 22 Prozent der in der Studie befragten Firmen angegeben haben, keine eigene Website zu betreiben.

Vor allem umsatzschwächere Unternehmen scheuen die Investition in eine Website, deren Wert für die Neukundengewinnung sie im Vorfeld nicht genau beziffern können. Folglich verzichten sie lieber ganz auf eine Website.

Doch wie können Unternehmen eine Firmen-Website erstellen und dabei deutlich weniger als 3.355 Euro investieren? Eine Möglichkeit stellen Homepage-Baukästen dar. Diese Baukästen ermöglichen es, Anwendern ohne Vorkenntnisse eine eigene, professionelle Website zu erstellen. Dabei bieten Anbieter wie 1&1, Strato und Wix sogar branchenspezifische Website-Vorlagen an, was die Erstellung der Website noch einmal deutlich vereinfacht.

5.1 | UNTERNEHMEN TRAUEN SICH WEBSITE-ERSTELLUNG IN EIGENREGIE ZU

Viele aktuelle Firmen-Websites wurden bereits mit Homepage-Baukästen erstellt. So zählt alleine der Anbieter 1&1 mit seinem Baukasten MyWebsite und seinem klaren Firmenfokus schon über 500.000 Businesskunden.⁸ Der Homepage-Baukasten Wix kommt weltweit sogar auf über 40 Millionen Website-Kunden (in dieser Zahl sind jedoch auch private Nutzer enthalten).

Doch sind solche Homepage-Baukästen tatsächlich eine attraktive Alternative für Unternehmen? Hierfür müssten sich die Unternehmer zuallererst überhaupt zutrauen, mit einem Homepage-Baukasten selbst eine professionelle Firmen-Website zu erstellen. Das traut sich eine deutliche Mehrheit der Befragten zu:

Würden sie sich zutrauen, eine Website mit einem Homepage-Baukasten selber zu erstellen?



Nur eine kleine Minderheit (ca. 9 Prozent) ist also der Meinung, dass Experten professionellere Ergebnisse erzielen würden als sie selbst mit einem Homepage-Baukasten. Grundsätzliche Bedenken, eine Firmen-Website mit einem Homepage-Baukasten zu erstellen, hatte im Übrigen keiner der Befragten.

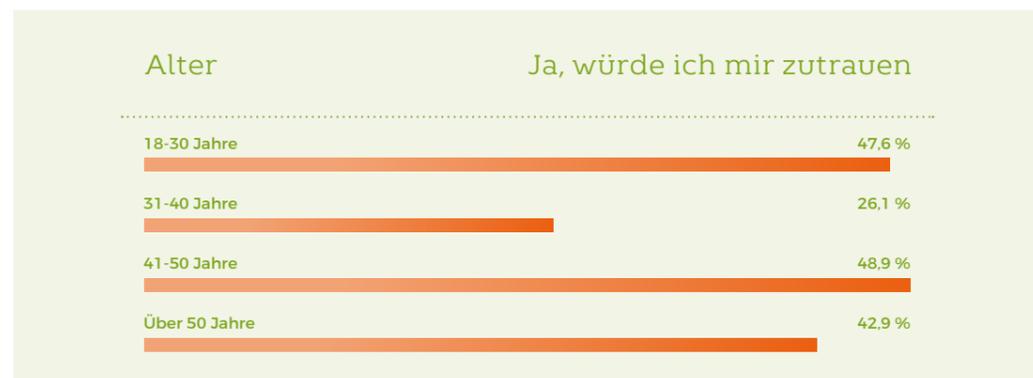
⁸ <https://hosting.1und1.de/homepage-erstellen>

5.2

KEINE BERÜHRUNGSÄNGSTE MIT HOMEPAGE-BAUKÄSTEN

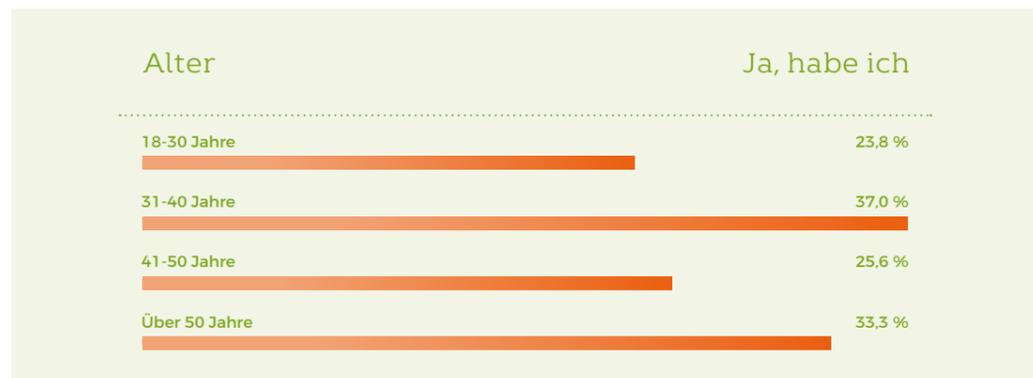
Nun könnte man vermuten, dass vor allem die ältere Generation unter den Befragten möglicherweise Berührungängste mit Homepage-Baukästen hätte und sich hier deutlich weniger zutrauen würde, eine Firmen-Homepage selbst zu erstellen. Doch diese Vermutung täuscht, wie ein Blick auf die Antworten der unterschiedlichen Altersklassen zeigt.

Würden sie sich zutrauen, eine Website mit einem Homepage-Baukasten selber zu erstellen?



Das Zutrauen ist also in allen Altersklassen relativ hoch. Berührungängste gibt es nur wenige. Zu diesem Ergebnis dürfte auch beitragen, dass schon viele der Befragten selbst Erfahrungen mit Homepage-Baukästen gemacht haben:

Haben sie Erfahrungen mit einem Homepage-Baukasten?



Homepage-Baukästen sind also längst keine Nischenlösung mehr, sondern für Anwender aller Altersklassen und KMU aller Größen interessant.

5.3

EINSCHÄTZUNG: HOMEPAGE-BAUKÄSTEN GLEICHWERTIG ZU AGENTUR-WEBSITES

Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass nicht nur in Unternehmen mit vergleichsweise geringem Jahresumsatz nur ein geringer Anteil der Ansicht ist, dass Experten professionellere Ergebnisse erzielen. Gesplittet auf die Umsatzgrößen der Unternehmen ergibt sich hierzu folgendes Bild:

Zustimmung zur Aussage: Nein, ein Experte macht das professioneller



Selbst bei relativ umsatzstarken Unternehmen mit einem Jahresumsatz zwischen einer und zwei Millionen Euro herrscht also die Meinung vor, dass man selbst mit einem Homepage-Baukasten eine professionelle Firmen-Website erstellen könnte.



5.4

HOMEPAGE-BAUKÄSTEN REDUZIEREN DIE FOLGEKOSTEN

Bei diesen Ergebnissen erstaunt es fast, dass die durchschnittlichen Erstellungskosten für Firmen-Websites so hoch sind. Mit einem Homepage-Baukasten lässt sich nämlich ohne Probleme für einen niedrigen zweistelligen Monatsbetrag eine professionelle Firmen-Website erstellen.

Hohe Erstellungskosten gibt es bei Homepage-Baukästen nämlich nicht. Hier zahlen Firmen stattdessen pro Monat einen fixen Betrag, der auch schon den Betrieb, das Hosting der Website und die Kosten für die Internetadresse mit beinhaltet. Zur Orientierung: Der kleinste Tarif für Firmen-Websites kostet bei 1&1 aktuell nur 9,99 Euro (im ersten Vertragsjahr sogar nur 0,99 Euro) pro Monat. Nur um die Erstellung neuer Inhalte beziehungsweise Überarbeitung bestehender Inhalte müssen sich die Unternehmen hier selber kümmern.

Vergleicht man die Folgekosten, die bei einem Homepage-Baukasten anfallen, mit den durchschnittlichen Hosting- und Betriebskosten, die die befragten Unternehmen für ihre Website bezahlen, zeigt sich ein deutlicher Unterschied. Während die befragten Unternehmen pro Monat im Schnitt 96 Euro zahlen, lägen die Kosten bei 1&1 MyWebsite Basic bei nur 9,99 Euro im Monat! Beim Strato Homepagebaukasten Pro, der für umfangreiche Websites und Firmenauftritte gedacht ist, liegen die Kosten mit 8 Euro pro Monat sogar noch niedriger.

Vergleicht man diese monatlichen Kosten des Homepage-Baukastens mit den Folgekosten, die die Unternehmen in der Umfrage angeben, ergibt sich eine deutliche Differenz: und zwar ein Preisunterschied von 1.056 Euro pro Jahr.



5.5

KONKRETE VORTEILE VON HOMEPAGE-BAUKÄSTEN

Dass Homepage-Baukästen auch für Unternehmen immer interessanter werden, überrascht in diesem Zusammenhang nicht. Die Baukästen bieten nämlich auch im kommerziellen Bereich diverse handfeste Vorteile:



Sicherheit

Updates und Sicherheits-Patches (sicherheitsrelevante Software-Updates) werden vom Anbieter automatisch durchgeführt.

Investitionskosten

Die hohen Einmalkosten, die bei der Erstellung einer Firmen-Website durch Freelancer oder Internetagenturen entstehen, fallen weg.

Folgekosten

Die Firmen-Website kostet während der gesamten Zeit monatlich nur einen geringen Euro-Betrag. Dieser Betrag entfällt ausschließlich auf das Hosting und das Bereitstellen der Software, nicht aber auf das Auslagern von fortlaufenden manuellen Überarbeitungen.

Flexibilität

Änderungen an der Website können sofort vom Unternehmens-Chef oder von Mitarbeitern umgesetzt werden. Es entfällt der Umweg über einen externen Dienstleister.

Modernisierung

Teure und aufwändige Design-Aktualisierungen und ein komplettes Neuaufsetzen entfallen bei Websites, die mit einem Homepage-Baukasten erstellt werden. Hier lässt sich nämlich jederzeit das Design durch einen Template-Wechsel ändern und aktuellen Trends anpassen.

Aufgrund dieser objektiven Vorteile wäre es nicht verwunderlich, wenn in Zukunft noch mehr Unternehmen bei der Gestaltung ihrer Website auf Homepage-Baukästen umsteigen. Außerdem dürften die Homepage-Baukästen auch für die Unternehmen interessant sein, die bislang noch auf eine eigene Website - oftmals aus Kostengründen - verzichten. Für diese Unternehmen bieten Homepage-Baukästen die Chance, mit geringem Zeitaufwand und Geldeinsatz eine eigene Website umzusetzen und von sämtlichen Vorteilen einer eigenen Internetpräsenz zu profitieren.



6

KEY-FACTS

1

Für die externe **Erstellung** ihrer Firmen-Website zahlen KMU im Schnitt **3.355 Euro**.

2

Nur **9 Prozent** sind der Ansicht, dass Freelancer und Internetagenturen **professionellere Ergebnisse liefern** als Homepage-Baukästen.

3

Über **40 Prozent** der Befragten trauen sich zu, ihre Firmen-Website mit einem **Homepage-Baukasten** zu erstellen.

4

Die monatlichen **Folgekosten** für Firmen-Websites liegen im Schnitt bei **96 Euro**.

5

Durch den Einsatz von **Homepage-Baukästen** könnten Unternehmen eine Website ohne hohe Einmalkosten erstellen und zusätzlich pro Jahr im Schnitt bis zu **1.056 Euro sparen**.⁹

Deutschlands kleine und mittelständische Unternehmen sind im Internet noch nicht optimal aufgestellt. 22 Prozent der Firmen betreiben gar keine eigene Website. Die, die eine Firmen-Homepage betreiben, bezahlen häufig zu viel dafür und aktualisieren die Seiten zu selten. Eine Möglichkeit, die Kosten zu senken und die Aktualisierung der Website zu vereinfachen, ist es, die Firmen-Website mit einem Homepage-Baukasten selbst zu erstellen. Vor allem Homepage-Baukästen mit Branchen-Vorlagen bieten die Chance, professionelle gewerbliche Websites ohne großen Zeitaufwand, ohne hohe Einmalkosten und mit geringen Folgekosten zu erstellen. Damit sparen sich Unternehmen den Einsatz von Freelancern und Internetagenturen.

⁹ Berechnung: Pro Monat kostet der Betrieb einer Firmen-Website im Schnitt 96 Euro. Eine Firmen-Website mit dem Homepage Baukasten Pro von Strato kostet hingegen nur 96 Euro pro Jahr.



8

IMPRESSUM

Herausgeber

Immer noch Neuland? (Version 1.2)
7leads GmbH © 2016

Tucholskystraße 13
10117 Berlin
Deutschland

www.homepage-ratgeber.de

Vertreten durch:

Julian Weber & Jonas Weiland

Kontakt:

Kundensupport: 0800 121 3400
Telefon: (030)120532042
E-Mail: info@7leads.org

Erstmals erschienen in Oktober 2016

Bildnachweise

Graphicriver.net: @RAStudio