



**ONLINE  
REPORT**

**Metallbranche  
Südwestfalen**

Wie schneiden  
die regionalen  
Metall-Unternehmen  
im Online-Marketing  
ab?



## WIE SCHNEIDEN DIE REGIONALEN METALL-UNTERNEHMEN IM ONLINE-MARKETING AB?

Wie kann man sein Unternehmen in Google „oben“ platzieren und Web-Investitionen messbar machen?

Welche Erfolge können in Feldern wie Verkauf, Fachkräftegewinnung oder Technologiemarketing durch die eigene Webseite erzielt werden? In der Studie des eBusiness-Lotsen Südwestfalen-Hagen werden Homepages von heimischen Unternehmen der Branchen Metallerzeugung und Metallerzeugnisse auf diese Fragen

untersucht und verglichen. Die Studie wird fortgeschrieben und aktualisiert.

„Ein Internetauftritt ist die Visitenkarte eines Unternehmens. Die zukünftige Generation ist digital fokussiert. Diesem Wandel muss sich ein Unternehmen stellen, um weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben.“

Dorette Schierling, Marketing,  
Wippermann jr. GmbH

## DIE REGIONALEN TOP UNTERNEHMEN

Über 1.200 Homepages von Metall-Unternehmen aus der Region Hagen, Märkischer Kreis, Oberbergischer Kreis und Ennepe-Ruhr-Kreis wurden untersucht. Die Untersuchung umfasst Kennziffern zur Leistungsfähigkeit der Homepages. Webseiten werden aufgebaut, um im Markt sichtbar zu werden. Das Top-Unternehmen dieser Studie erreicht eine Marktreichweite von 300, das typische Metall-Unternehmen aus Südwestfalen erreicht einen Wert von 0,05. Kunden,

die nach einer Lösung in einer Suchmaschine suchen, sollen die Webseiten des Lösungsanbieters finden und im besten Fall Neugeschäft auslösen.

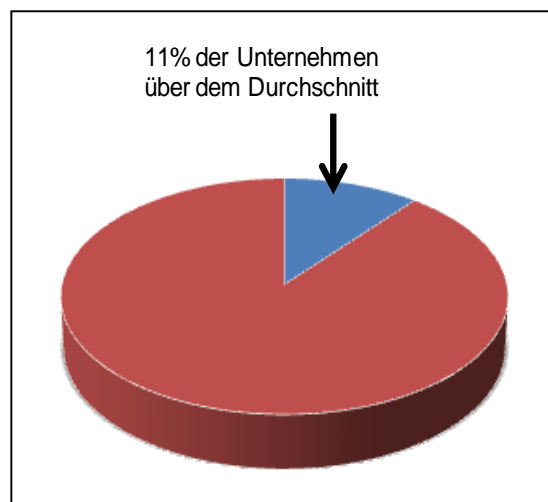
„Als innovatives Unternehmen sind wir immer wieder mit dem Problem der Aktualität unserer Print-Dokumentationen konfrontiert worden. Durch die zentrale Verfügbarkeit aller Produktinformationen im Internet können wir jederzeit weltweit einen aktuellen und einheitlichen Wissensstand all derer gewährleisten, die mit unseren Produkten planen, handeln und arbeiten.“

Christian Brunsmann,  
Leiter Verkaufsförderung,  
Schlüter-Systems KG

Die Sichtbarkeit von Webseiten lässt sich messen und in einer Marktreichweite ausdrücken. Eine hohe Marktreichweite bedeutet viele Erwähnungen auf den vorderen Plätzen von Suchmaschinen und damit mehr Geschäftspotenzial

Auswahl	Marktreichweite
Mittelwert Top 3	155
Mittelwert Top 100	11
Mittelwert alle	1,09
Mittlerer Wert alle	0,05

Die Grafik rechts zeigt, dass es nur wenige Spitzenreiter gibt. In der kleinen Tabelle oben sind die Durchschnittswerte im Vergleich zu sehen. Da die Spitzenunternehmen „untypisch hohe“ Werte haben und den Durchschnitt stark nach oben treiben, bildet der mittlere Wert das typische Metallunternehmen der Region am besten ab.



## ENORMES LEISTUNGSGEFÄLLE

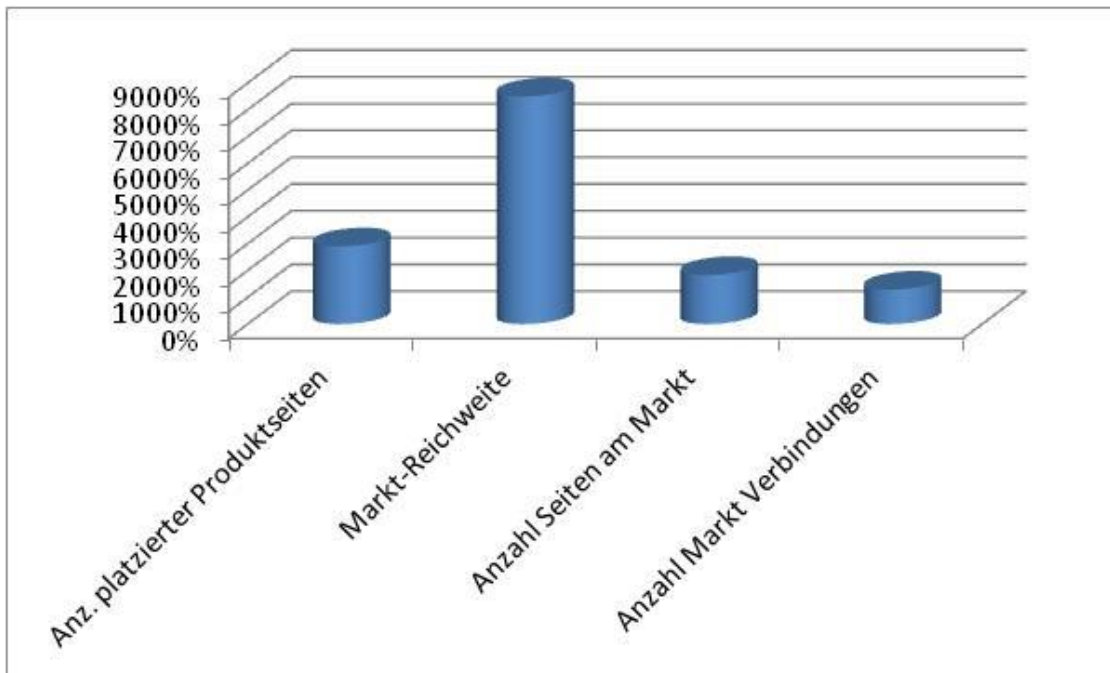
Die Tabelle zeigt eine alphabetische Auswahl von 25 Unternehmen, die im Internet eine höhere Marktreichweite erzielen, als die übrigen betrachteten Unternehmen.

Vergleicht man die Top 100 Unternehmen mit allen Unternehmen zeigt sich, wie groß die Unterschiede sind.

TOP 25	
a1-zaundiscount.com	kriegergmbh.de
abus.com	kueberit.com
akah.de	lista.com
burg.biz	mahle.com
dew-stahl.com	pauli.de
dictator.de	pferd.com
doerrenberg.de	schlueter.de
dorma.com	seeberger.net
edelhoff-wire.de	stauff.com
eduard-hueck.de	voehrs.de
gah.de	wippermann.com
haltec.de	wsm.eu
hofe.de	

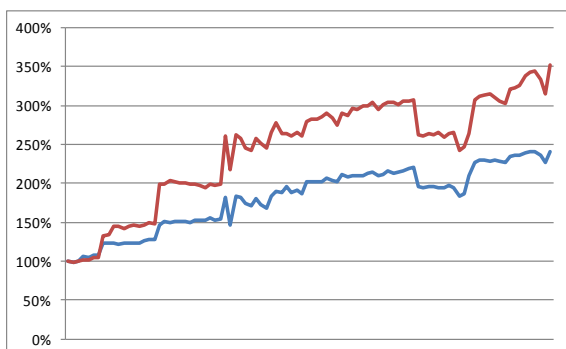
Das typische Metallunternehmen verfügt über einen Internetauftritt, der 24 Seiten umfasst. Die Top 100 Unternehmen haben 440 Seiten, dies entspricht einem Unterschied von rund 1800 % (siehe Grafik).

Während das typische Metallunternehmen 3-4 Verlinkungen von externen Seiten besitzt – ein wichtiges Qualitätskriterium – kommen die Top 100 auf 45 (Anzahl der Marktverbindungen).



Nur zwei Seiten des typischen Metallunternehmens sind mit Suchanfragen innerhalb der ersten 100 Ergebnisse einer Suchmaschine zu finden, bei den Top 100 sind es 58 (Anzahl platzierter Produktseiten).

Interessant ist auch die Dynamik der Entwicklung. Die Top 10 unter den Top 100 starten bei der Markt-reichweite nicht nur auf einem Niveau, was dreimal höher liegt, als bei den Top 100. Sie entwickeln sich über die letzten Jahre auch dynamischer. Seit Ende November 2011 konnten die Top 10 Unternehmen ihr Niveau der Markt-reichweite auf 350 % steigern, die Top 100 immerhin auf rund 250 %.



## FAZIT UND IDEEN

Die Unterschiede zwischen den Unternehmen sind sehr groß, obwohl sie innerhalb einer Region und innerhalb einer Branchenstruktur liegen. Nicht alle Unterschiede werden sich dadurch erklären lassen, dass große Unternehmen und Unternehmen mit Produkten, die der Endkunde in der Hand halten kann, unter den Spitzenreitern zu finden sind.

Da fast alle Unternehmen eine Webseite haben, diese aber kaum ihre Ziele erreichen dürften, wird bei einem typischen Metallunternehmen die Situation wie folgt beschreibbar sein:

- Es ist eine Webseite vorhanden, es sind aber keine Ziele definiert. Die Webseite ist vorhanden, weil man eine haben „muss“.
- Den meisten Unternehmen wird nicht bewusst sein, dass man messen kann, ob die eigene Webseite „gut oder schlecht“ ist.
- Wenn Ziele und Kennziffern vorhanden sind, gelangt man auf die nächste „Problemebene“.

### Wo steht mein Unternehmen?

Falls Sie Interesse an den Ergebnissen für Ihr Unternehmen haben, kontaktieren Sie uns.

„Für unseren Vertrieb hat ein gut funktionierender Internetauftritt eine nicht unerhebliche Wirkung. Über diesen Weg können wir Kunden direkte Detailinformationen zukommen lassen. Hemmnisse sind häufig die erheblichen Investitionen, die mit einem Webauftritt verbunden sind und der nicht unerhebliche personale Aufwand für die Pflege der Homepage. Verstärkt werden diese Hemmnisse durch nur schwer messbare zusätzliche Nutzen / Erträge.“

Holger Geck, Leiter  
Marketing und  
Produktmanagement

Gust. Alberts GmbH +  
Co.KG

Sind die Maßnahmen, die von internen Teams oder externen Dienstleistern vorgeschlagen werden, Erfolg versprechend? Hier geben Unternehmen Geld für Dienstleister aus, ohne zu verstehen, was diese genau machen.

## EKOMPETENZ-NETZWERK FÜR UNTERNEHMEN

Der eBusiness-Lotse Südwestfalen-Hagen ist Teil der Förderinitiative „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi).

38 regionale eBusiness-Lotsen haben die Aufgabe, mittelständischen Unternehmen anbieterneutrale und praxisnahe Informationen für die Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und möglichst effiziente eBusiness-Prozesse zur Verfügung zu stellen.



Das eKompetenzzentrum Südwestfalen-Hagen ist bundesweit federführend im Themengebiet Wissens- und Changemanagement und lokaler Ansprechpartner für Unternehmen aus den Regionen Stadt Hagen, Ennepe-Ruhr-Kreis, Oberbergischer Kreis, Märkischer Kreis, Hochsauerlandkreis und den Kreisen Olpe und Siegen-Wittgenstein.

Unter [www.elotsen.de](http://www.elotsen.de) können Unternehmen sich über die Aktivitäten des eBusiness-Lotsen Südwestfalen-Hagen informieren, auf aktuelle Veranstaltungstermine zugreifen und hilfreiche Publikationen einsehen und für sich herunterladen.



## Impressum

### Text und Redaktion:

Prof. Dr. Peter Vieregge, Lena Siegel  
eBusiness-Lotse Südwestfalen-Hagen

### Herausgeber:

eBusiness-Lotse Südwestfalen-Hagen  
c/o HAGENagentur Gesellschaft für  
Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus mbH  
Elberfelder Str. 95 • 58095 Hagen  
Geschäftsführer: Gerhard Schießer  
HRB 1896 • Gerichtsstand Hagen

### Kontakt:

eBusiness-Lotse Südwestfalen-Hagen  
Jörg Siegmann • Tim Lux • Lena Siegel

☎ 0 23 31 / 80 999 66

✉ [info@eLotsen.de](mailto:info@eLotsen.de)

🌐 [www.eLotsen.de](http://www.eLotsen.de)

