

A top-down view of a desk with a white laptop on the right, a notebook with a cork cover in the top center, and a small green plant in the top left. The text 'S C H W A N D O R F' is written in a simple, grey, sans-serif font, and 'Sichtbar' is written in a large, flowing, orange cursive font below it.

S C H W A N D O R F  
*Sichtbar*

# Agenda

Informationsabend der Schulungsreihe Schwandorf sichtbar 2.0

---

- 01 Begrüßung
- 02 Impulsvortrag *Digitale Sichtbarkeit*
- 03 *Schwandorf sichtbar*- Schulungsaufbau
- 04 Formalia



# Digitale Sichtbarkeit – überlebenswichtig, aber kein Hexenwerk

Stefan Plötz  
ibi research GmbH

# Was wir heute besprechen wollen ....



- Was ist digitale Sichtbarkeit?
- Warum ist digitale Sichtbarkeit so wichtig?
- Wie ist die digitale Sichtbarkeit meines Unternehmens?
- Wie kann ich die digitale Sichtbarkeit meines Unternehmens beeinflussen?
- Welche Rolle spielen einzelne „Werkzeuge“?
- Wie aufwändig ist das ganze und lohnt es sich?
- Wie geht es mit der Veranstaltungsreihe und dem Thema „digitale Sichtbarkeit“ weiter?

# Was ist eigentlich digitale Sichtbarkeit?

## Digitale Sichtbarkeit ...

- umfasst die Wirkung und das Ergebnis aller **Online-Marketing-Maßnahmen**, die zur Auffindbarkeit eines Unternehmens im Internet unternommen werden können.
- Dazu zählen die Sichtbarkeit in den **Suchmaschinen** (Google, Bing, ...),
- die Präsenz in **sozialen Netzwerken** (YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, ...),
- der eigene **Internetauftritt** (Webseite und Shop),
- die Präsenz auf **Plattformen** und **Marktplätzen** (Amazon, eBay, Booking, TripAdvisor, ...)
- wie auch die **Kommunikation** via E-Mail- und Chat-Dienste.

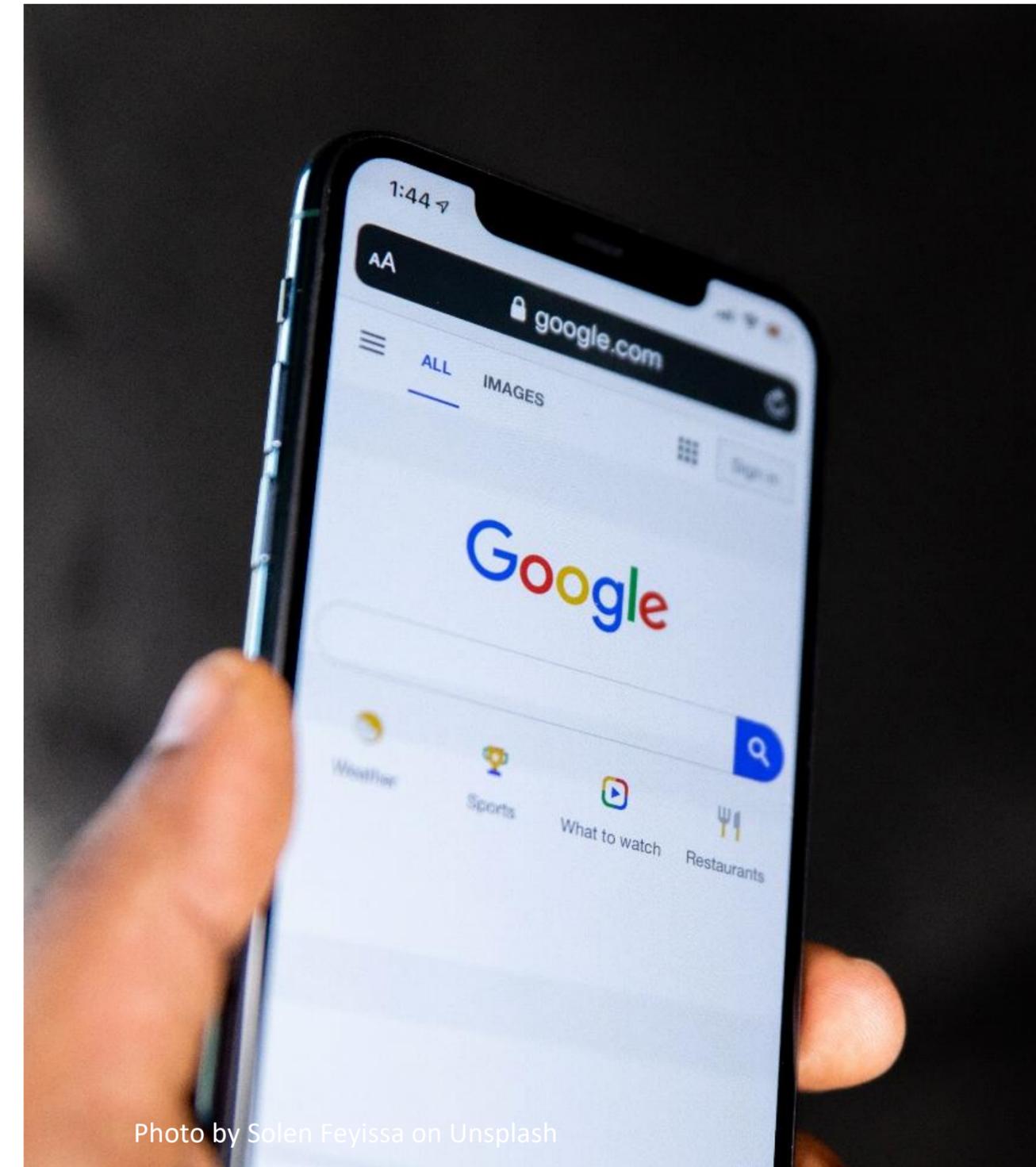
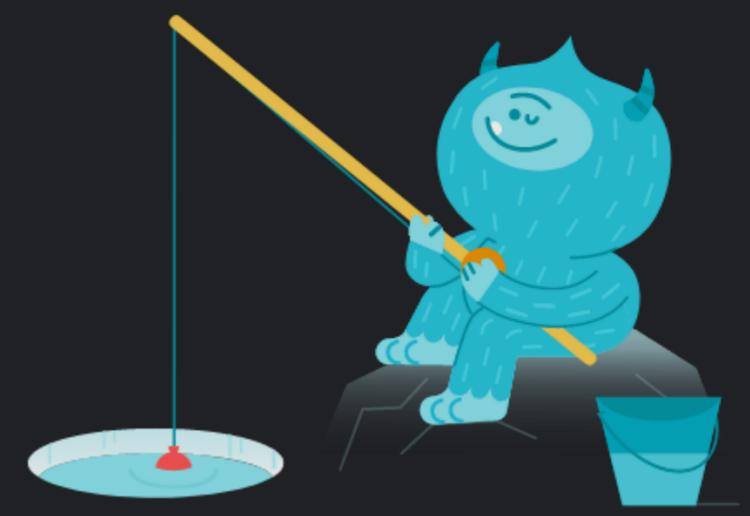


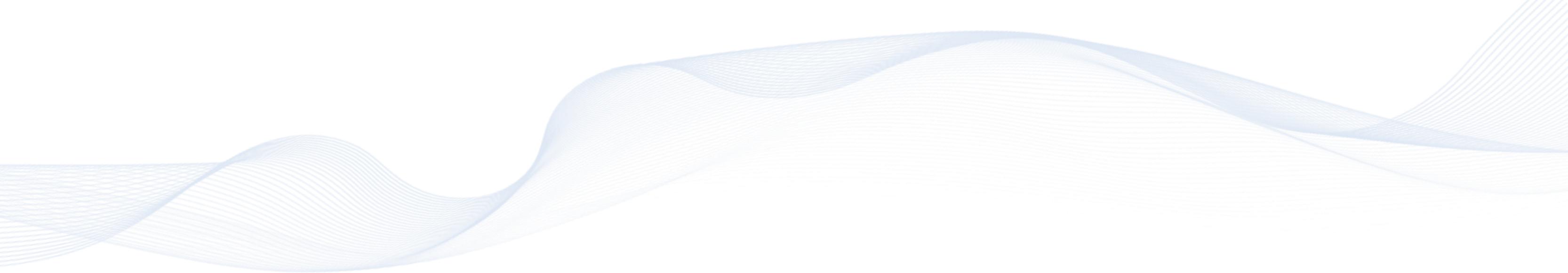
Photo by Solen Feyissa on Unsplash

Es wurden keine mit deiner Suchanfrage – **essen gehen Schwandorf** - übereinstimmenden Dokumente gefunden.

Vorschläge:

- Achte darauf, dass alle Wörter richtig geschrieben sind.
- Probiere es mit anderen Suchbegriffen.
- Probiere es mit allgemeineren Suchbegriffen.

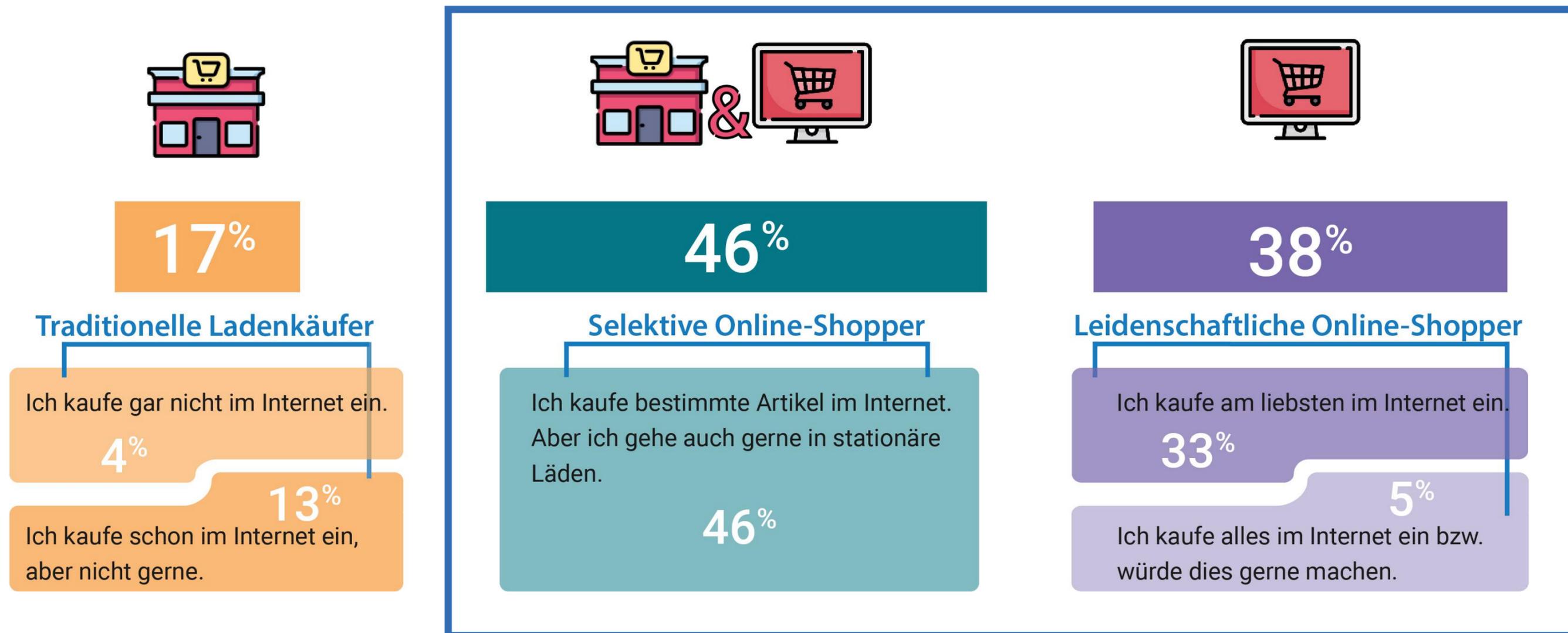




**Digitale Sichtbarkeit: die  
moderne Online-Kundschaft  
kennenlernen und  
ansprechen**

# Mehr als ein Drittel der Befragten kauft bevorzugt online ein

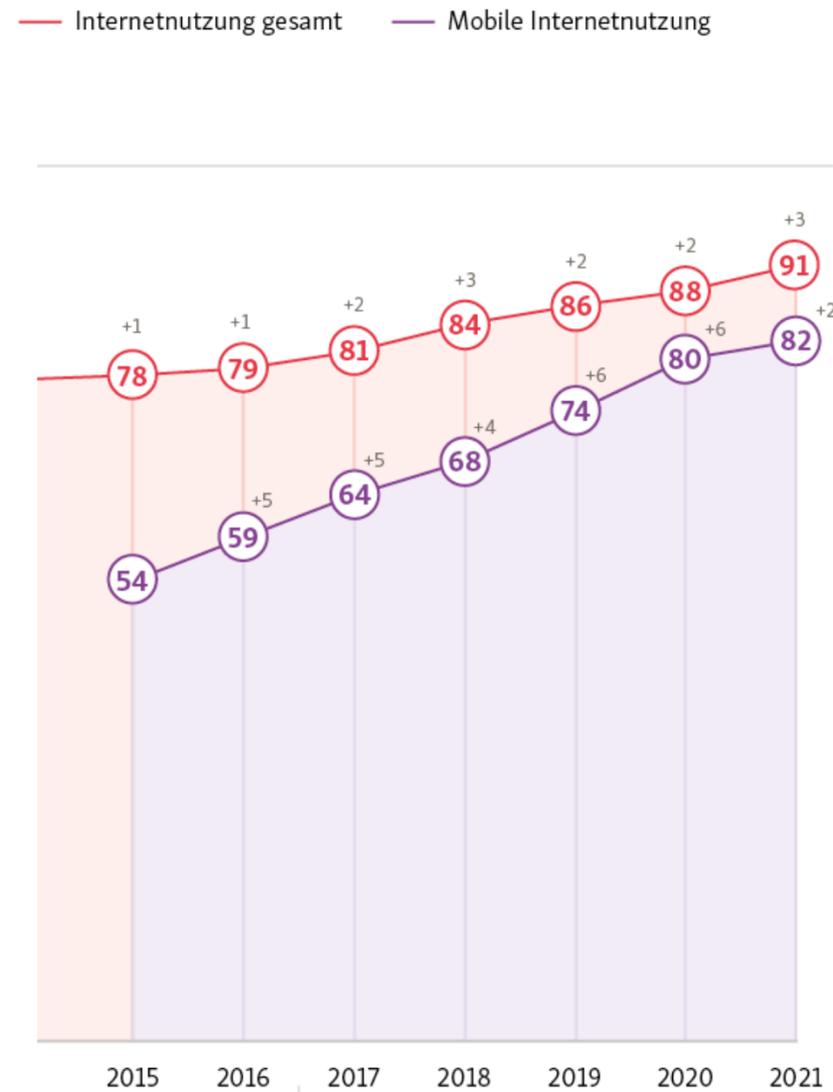
Wie schätzen Sie selbst Ihr eigenes Kaufverhalten ein?



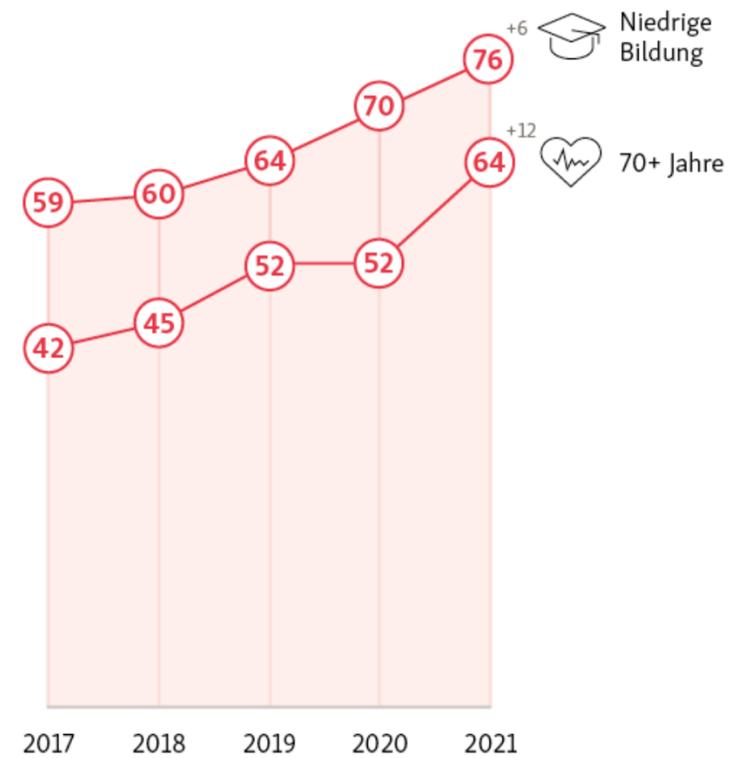
# Mobile First – Kundschaft ist mobil



Entwicklung der Internetnutzung gesamt und der mobilen Internetnutzung



Internetnutzung nach Bildung und Alter im Trend





vor 2010





2016





# Mediennutzung früher – zu geregelten Zeiten reinschauen



## Mediennutzung früher

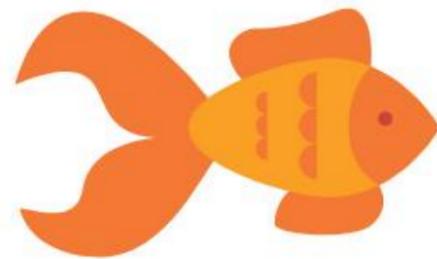


# Moderne Mediennutzung - Immer wieder kurz reinschauen

## Mediennutzung heute



# Aufmerksamkeit und Konzentration



Attention Span

**9 seconds**



Attention Span

**6 seconds**

- Kurze Aufmerksamkeitsspanne: **8,25 Sekunden** (Jahr 2015), 6 Sekunden (Jahr 2019) im Durchschnitt (Goldfische haben 9 Sekunden)

Quelle: <https://www.arvindmaharajan.com/the-attention-span-regression/>

## Ist die Kundschaft “verblödet”?

Durch die **Masse an Informationen** kann der moderne Kunde **sehr schnell aussortieren**

- **Kundschaft muss gezielt angesprochen werden**
- **Aktives Marketing trifft auf wenig Toleranz**
- **Content wird zum Marketingwerkzeug**

Videos werden im durchschnitt 2 Minuten 42 Sekunden lang angesehen

Texte werden nur zu 28% gelesen

Wenn die Wahl zwischen Video und Text besteht, bevorzugt mehr als die Hälfte Video.

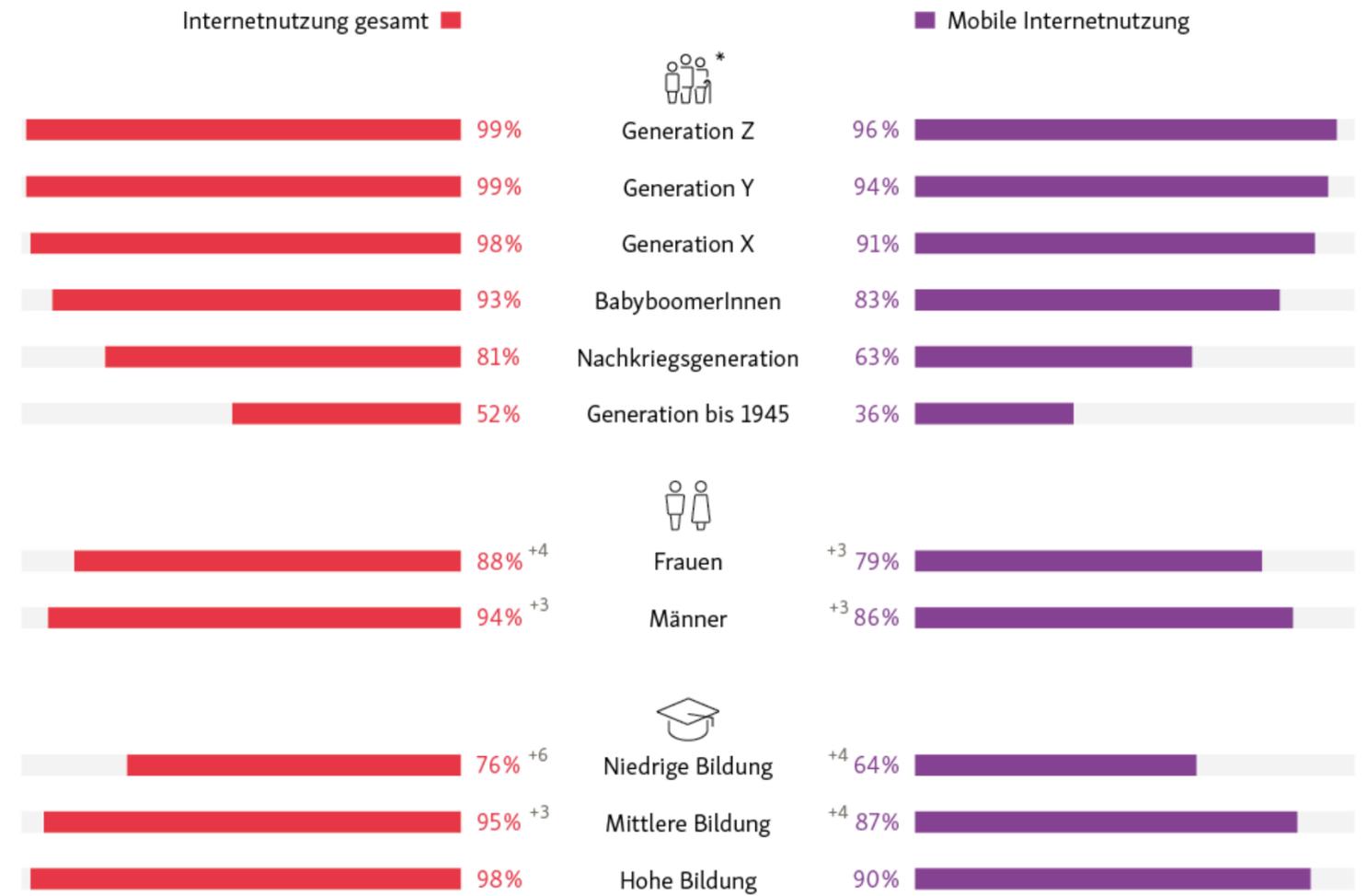
Die Kundschaft will Information: **schnell, knapp und klar**

# Warum ist digitale Sichtbarkeit so wichtig?

## Die Kunden (wir) werden immer digitaler ...

- die meisten Kundengruppen sind heute online – auch mobile
- durchschnittlich werden 3,5 Endgeräte genutzt
- 80 Prozent der Deutschen nutzen zur Produktrecherche nicht das stationäre Ladengeschäft
- die Kaufentscheidung erfolgt häufig schon während der Recherche
- 79 Prozent der Deutschen kaufen mittlerweile online
- Vertrauen in digitale Quellen und Informationen nimmt zu („Social Proof“)
- in Deutschland nutzen mittlerweile über 80 Prozent der Menschen mindestens ein soziales Medium, im Durchschnitt sind es sogar drei Dienste

(Mobile) Internetnutzung verschiedener Gruppen



EW = Einwohnerzahl

↑ Frage: Nutzen Sie persönlich zumindest ab und zu das Internet? — Basis: Personen ab 14 Jahren (2021 n=16.203); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten;

\*Hinweis: Bei den Generationen können keine Vorjahresvergleiche ausgewiesen werden, da die Generationsbetrachtung eine diesjährig neue Berechnungsgrundlage darstellt.



D21-Digital-Index 2021/2022, eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von Kantar, ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

# Social Media ist keine Nischenanwendung mehr – Facebook ist die meistgenutzte Anwendung und Instagram wächst rasant

Social Media-Angebote, Angaben in Prozent

Facebook



Instagram



Pinterest



Snapchat



TikTok



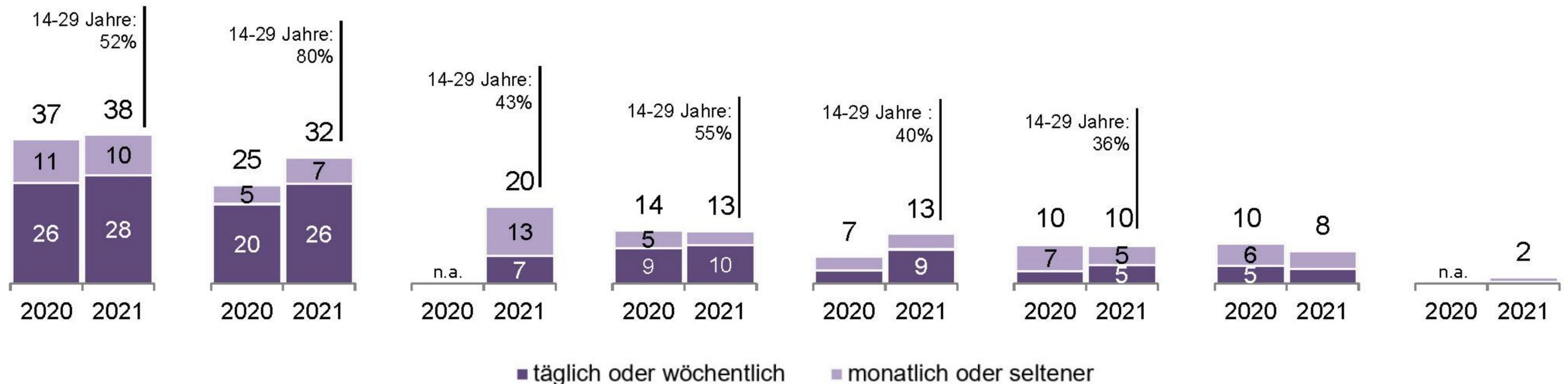
Twitch



Twitter



Clubhouse



# Wir werden Komfort-orientierter: Komfort als Hauptgrund für viele Online-Aktivitäten

Welche Vorteile sehen Konsument:innen, bei der Nutzung des Internets im Kaufprozess?

- Unabhängigkeit von Öffnungszeiten
- Anonymität bei der Information und beim Kauf
- Zeitersparnis und Komfort
- mehr (Produkt-)Informationen, inkl. Preis- und Produktvergleich
- größeres Produkt- und Leistungssortiment
- Kundenbewertungen und -empfehlungen bzw. externe Meinungen können Vertrauen stärken
- zusätzliche Leistungen, wie etwa Lieferung nach Hause oder Rabatte
- Rückgabemöglichkeit bzw. Widerrufsrecht
- ...

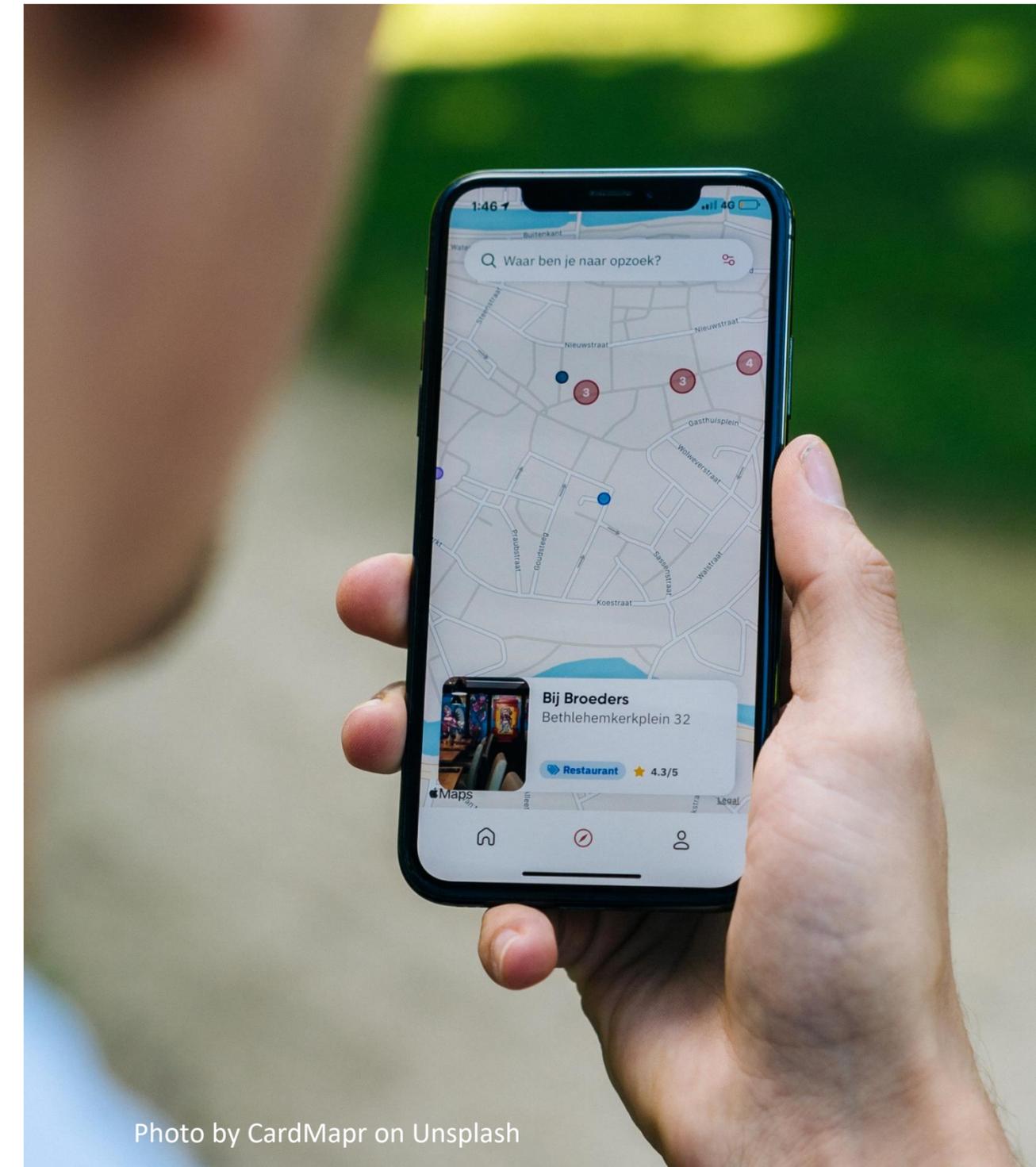
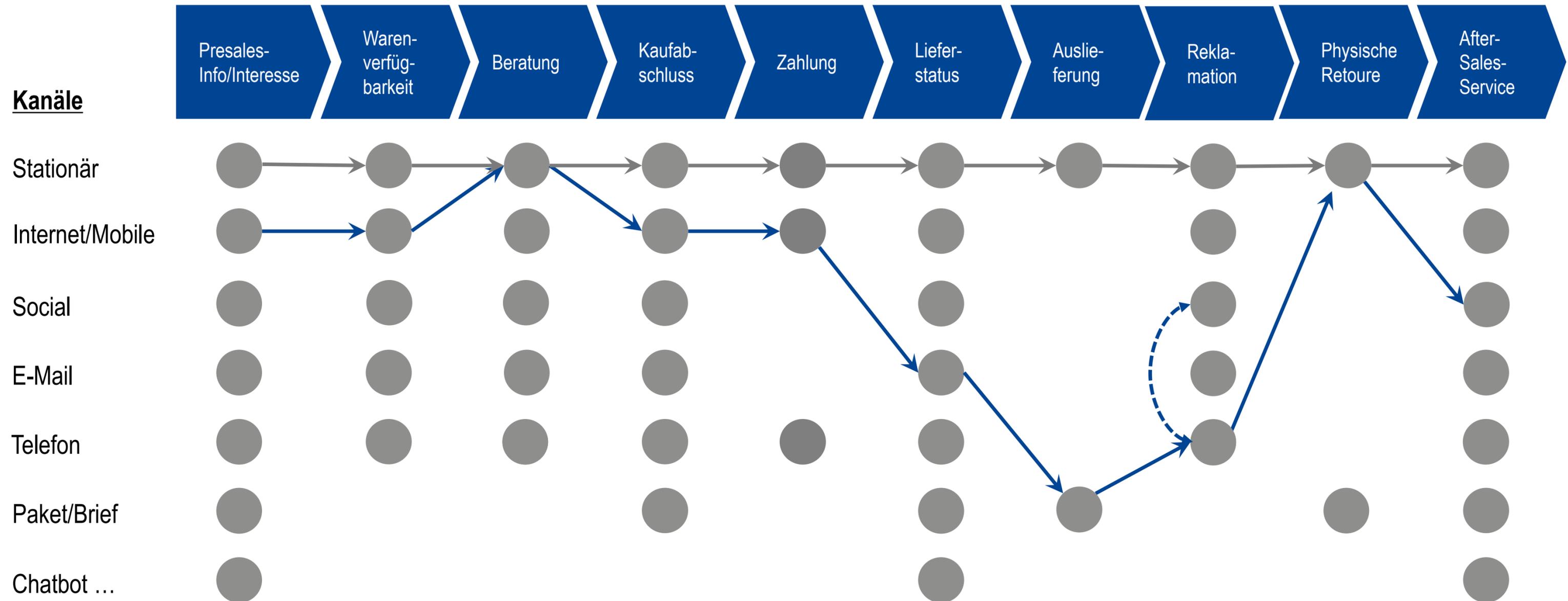


Photo by CardMapr on Unsplash

# Komfort spielt bei den meisten Kunden im Einkaufsprozess eine ganz entscheidende Rolle



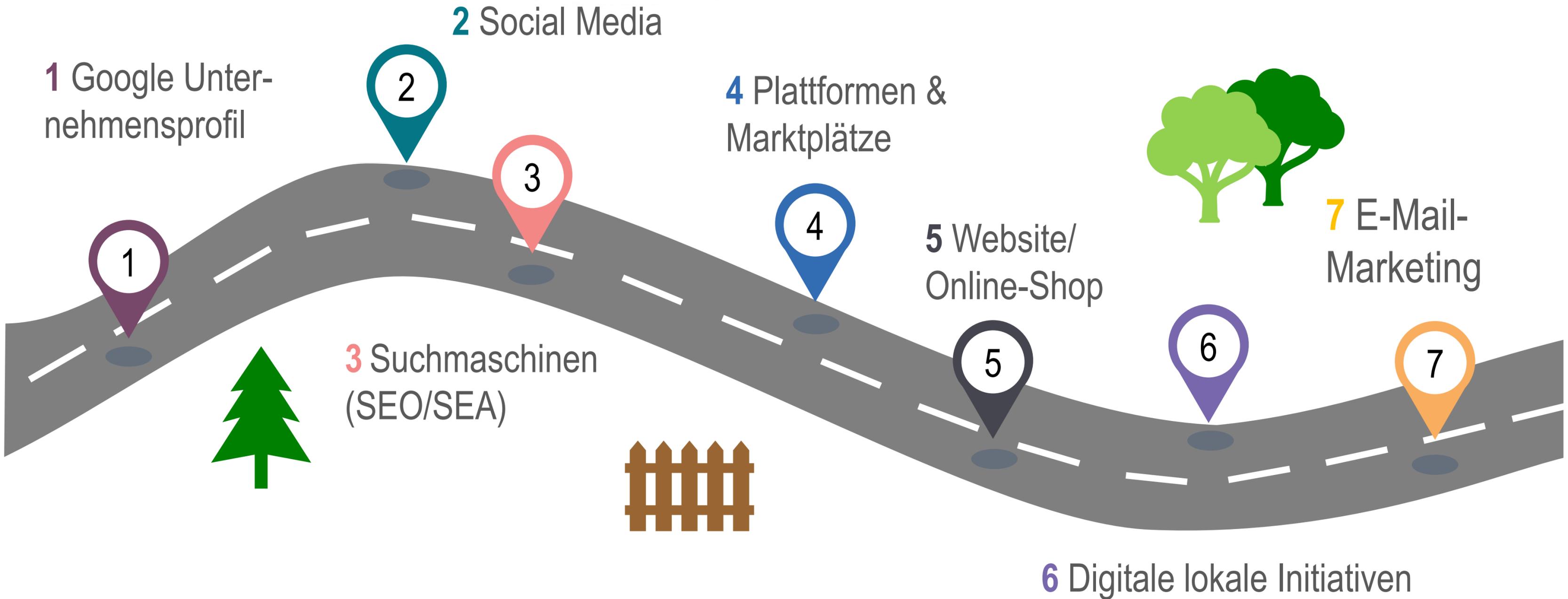
Kundenprozess (Beispiel physisches Produkt)



→ Beispielhafte Kanalkombination durch Multikanal-Kunden  
 → Kanalkombination „früher“

● Übliche Kanalnutzungsmöglichkeit im Kundenprozess (Kundenkontaktpunkte)

# Digitale Sichtbarkeit: Welche Möglichkeiten habe ich?



# Digitale Sichtbarkeit: Lohnt sich der Aufwand eigentlich?



Fräulein TrauDich | Brautmode

https://www.fraeulein-traudich.de

WILLKOMMEN ABOUT BRAUTMODE REAL BRIDES FAQ TERMIN

HERZLICH WILLKOMMEN LIEBE BRAUT

KOSTENLOSE BERATUNG PASSENDE ACCESSOIRES ERLEBNIS LAUFSTEG

**Fräulein Traudich**  
@FraeuleinTrauDich · Brautmodengeschäft

Info Fotos Mehr

Frankenstraße 7a 93059 Regensburg

Dein Lieblings-Brautmodengeschäft in und um Regensburg  
Du hast Fragen? hello@fraeulein-traudich.de

Warum zu Fräulein TrauDich?  
Wir haben zwar mit unserem Fräulein TrauDich nicht das Rad bzw das Brautmodengeschäft neu erfunden, aber wir bieten euch ... Mehr ansehen

17.081 Personen gefällt das, darunter 8 deiner Freunde

17.026 Personen haben das abonniert

554 Personen war hier

http://www.fraeulein-traudich.de/

0941 89050840

Nachricht senden

Preisklasse · €€€

hello@fraeulein-traudich.de

Jetzt geöffnet 10:00 - 18:00

Beitrag erstellen

Foto/Video Ich bin hier Freunde markieren

FIXIERTER BEITRAG

Fräulein Traudich 27. Dezember 2020

Wusst ihr eigentlich, dass das @fraeuleintraudich und das @fraeuleintraudich\_curvy Brautkleider der verschiedensten und besten weltweiten Designer führt? @rosa\_clara, @enzoani, @herveparisbridal, @missstellayork, @kuessdiebraut, @bylillianwest, @maggiesotterodesigns, @sweetheart\_gowns, @lunanovias, @watters, @willowbywatters, @wtoowatters, @demetriosbride ... Die alle und viele mehr findet ihr bei uns, in der Hauptfiliale (Frankenstrasse 7a, 93059 Regensburg) in... Mehr ansehen

31 Gefällt mir 4 Kommentare 1 Mal geteilt

20:10

fraeuleintraudich

835 Beiträge 14,6 Tsd. Follower 1.708 Gefolgt

Fräulein TrauDich  
Dein Lieblingsbrautmodengeschäft in Regensburg  
hello@fraeulein-traudich.de  
www.fraeulein-traudich.de/  
Frankenstrasse 7a, Regensburg, Germany

naehxt und regensburgregional sind Follower

Folgen Nachricht Kontakt

Click&Book Götter&Gat... Das Team #FTDrealbri... #coronat

Grid of wedding-related images

# Wie machen wir Sie digital sichtbar?



## Google Unternehmensprofil – Einstieg und nächste Schritte (8.5.2023)

- Digitale Sichtbarkeit – und warum sie wichtig ist
- Bedeutung des Google Unternehmensprofils
- Unternehmensprofil bei Google erstellen und verwalten
- Den eigenen Eintrag richtig nutzen
- Aufbau des Dashboards
- Beiträge erstellen und gestalten
- Auf Rezensionen reagieren
- Was muss man rechtlich beachten?

## Kundenkommunikation im Multikanalvertrieb erfolgreich gestalten (15.5.2022)

- Warum gute (Online-)Kommunikation wichtig ist
- Der Weg zur eigenen Kommunikationsstrategie
- Kundenkommunikation und Social Media
- Redaktionsplan effektiv nutzen
- Exkurs ChatGPT für Kundenkommunikation
- Was muss man rechtlich beachten?

## Facebook und Instagram – der Einstieg (22.5.2023)

- Warum Social Media? Überblick über die Social-Media-Landschaft
- Was ist Content?
- Facebook und Instagram Basics
- Profile einrichten
- Beiträge erstellen und gestalten; Ausblick Canva
- Grundlagen zu Hashtags
- Ausblick: Redaktionsplanung, Meta Business Suite
- Exkurs ChatGPT zur Beschreibung von Posts nutzen

## Facebook und Instagram – erfolgreich nutzen (12.6.2023)

- Rückblick Content
- Canva zur Content Erstellung nutzen
- Designgrundlagen & Corporate Design für Konsistente Posts
- Redaktionsplan & Planungstool am Beispiel Canva
- Exkurs Stapelverarbeitung in Canva

## Der Weg zur eigenen Website (19.06.2023)

- Warum ist eine gute Website wichtig?
- Welche Arten von Websites gibt es?
- Wege zum eigenen Internetauftritt
- Usability: Immer an den Kunden denken
- Gestaltungsgesetze zur Optimierung der Nutzererfahrung nutzen
- Beispiele für gute und schlechte Websites

## Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung (10.7.2023)

- Funktionsweise und Ziele
- Optimierungsmöglichkeiten
- SEO-Workflow zur Optimierung der Website
- Keywords finden und Konkurrenz evaluieren
- Tools

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**





# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

**ibi research an der Universität Regensburg GmbH**

Galgenbergstr. 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 943-1901

Fax: 0941 943-1888

E-Mail: [info@ibi.de](mailto:info@ibi.de)

# Schulungsaufbau

Stand: April 2023

---

## Modul 1

### Workshops

(Voraussetzung: 80% Anwesenheitspflicht)

- Google Unternehmenprofil
- Kundenkommunikation
- Social Media
- Rechtliche Grundlagen
- Websites und Suchmaschinenoptimierung

## Modul 2

### 1:1-Coaching

(Voraussetzung: Zwischenpräsentation)

Selbstlernphase mit  
Unterstützungsangebot

## Modul 3

### Vertiefung & Exkursion

- Vertiefungsworkshop
- Besuch des E-Commerce-Tag
- Marketing-Workshop

# Zeitachse

03.04.2023

16.10.2023



ab 08.05.2023

ab 24.07.2023

ab 18.09.2023

Informationsabend

Modul 1 Workshops

Modul 2 Coaching

Modul 3 Vertiefung



KMK-Saal / Oberpfalzhalle  
Schwimmbadstraße 4,  
Schwandorf (18.30 Uhr)

grundsätzlich Einzeltermine  
nach Vereinbarung & Bedarf

Besprechungsraum Wifö  
Marktplatz 4,  
Schwandorf (18.30 Uhr)



08.05.2023  
15.05.2023  
22.05.2023

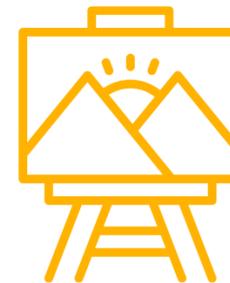
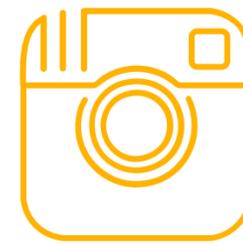
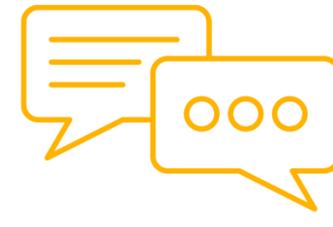
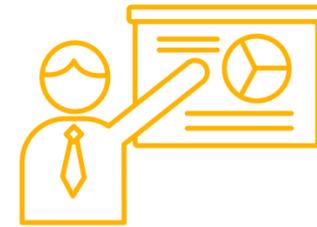
12.06.2023  
19.06.2023

10.07.2023  
17.07.2023  
24.07.2023



18.09.2023  
25.09.2023  
11.10.2023

# Ressourcen



# Formalia

---



1-3 Teilnehmer je Unternehmen



Laptop, Smartphone, Passwörter und Zugänge:

- E-Mail-Postfach
- Social Media Accounts
- Google Unternehmensprofil



90 min



kostenlos

# Kontakt Daten

---

Dr. Natalie Schmiede

Stadt Schwandorf

Stabsstelle für Wirtschaftsförderung,  
Stadtmanagement und Digitales

Tel.: 09431 45 260

E-Mail: [schmiede.natalie@schwandorf.de](mailto:schmiede.natalie@schwandorf.de)



Wirtschafts-  
förderung  
Schwandorf