

Blick in die Forschung

Homepage- und Social-Media Nutzung im Handwerk

Um den Digitalisierungsgrad im Bereich der Kundenwerbung und -bindung im Handwerk zu analysieren, wurde eine Webscraping-Analyse durchgeführt. Mit dieser Technik kann eine große Anzahl von Homepages abgerufen und ihre Strukturmerkmale analysiert werden. Um diese Methode auf das Handwerk anzuwenden, wurden Daten der Gelben Seiten sowie Handwerker-Homepages abgerufen und analysiert. Dies ermöglichte es, Informationen zur Branche, zur regionalen Verortung, zur Aktualität und zur Social-Media-Einbindung von Betrieben abzurufen und diese mit regionalökonomischen und soziodemografischen Daten zu verknüpfen.

Homepagenutzung im Handwerk?

Insgesamt können auf Basis von rund 345.000 Betriebseinträgen und 105.000 damit verknüpften Homepages die grundlegenden Strukturen der Digitalisierung des Online-Marketings im Handwerk präsentiert werden. Es zeigen sich starke branchenspezifische Unterschiede bei der Verfügbarkeit von Homepages: Das Gesundheitsgewerbe weist mit 44 % den höchsten Anteil an Betrieben mit einer Homepage auf, das Lebensmittelgewerbe und die Handwerke für den privaten Bedarf mit rund 20 % den niedrigsten Anteil. Die höchste Aktualität ihrer Homepages zeigen Betriebe aus dem Gesundheits-, Lebensmittel- und Kraftfahrzeuggewerbe. Social-Media-Einbindungen auf den Seiten sind verbreitet, wobei Facebook relativ häufig und in vielen Branchen genutzt wird, Twitter und Instagram nur in einzelnen Branchen. Die aus dieser Analyse resultierenden Durchschnittszahlen von rund 30 % Homepage-Nutzung und ca. 10 % Social-Media-Nutzung fügen sich inhaltlich sinnvoll in die bisherigen Umfrageergebnisse zur Digitalisierung im Handwerk ein.

Auswertung auf regionaler Ebene

Auf regionaler Ebene zeigt sich, dass die Homepage-Häufigkeit in Städten bis zu doppelt so hoch ist wie in ländlichen Räumen. Es kann gezeigt werden, dass die Bevölkerungsdichte eine zentrale Erklärung für den Digitalisierungsgrad dieser Form des Online-Marketings darstellt.

Unter Berücksichtigung weiterer soziodemografischer Variablen zeigt sich: Die höchste Wahrscheinlichkeit, Homepages zu haben, weisen Kreise mit hoher Bevölkerungsdichte, relativ junger Bevölkerung, hohen Zuzugsraten, höherem durchschnittlichen Bildungsniveau bei den Beschäftigten und hohem Handwerksumsatz auf.

Die Rolle von Breitbandinternet

Die Verfügbarkeit von Breitbandinternet hat in ländlich geprägten Kreisen einen positiven Zusammenhang mit der Homepage-Wahrscheinlichkeit, während sich in Kreisen mit Verstärkungsansätzen ein negativer Zusammenhang zeigt. Es gibt folglich viele ländliche Kreise mit schnellem Internet und stärker ausgeprägtem Digitalmarketing; kausale Zusammenhänge können jedoch aus den Daten nicht abgeleitet werden.

Implikationen der Ergebnisse

Dieses nach Branchen und Regionstypen differenzierte Bild des Online-Marketings im Handwerk kann als betriebswirtschaftlich sinnvolle Reaktion auf Markterfordernisse, aber auch als Aufholbedarf im Wettbewerb um Kunden und Fachkräfte interpretiert werden. Eine Verstärkung der Bemühungen zur Ausweitung der digitalen Präsenz des Handwerks kann einen zweckmäßigen Einstieg in weitere digitale Transformationsprozesse darstellen.

Referenzverzeichnis

Proeger, T., Thonipara, A. & Bizer, K. (2019). Homepage-Nutzung im Handwerk – Eine sektorale und regionale Analyse. Göttinger Beiträge zur Handwerksforschung (Heft 27). Göttingen. [Download der Studie](#) | [Zusammenfassung](#)

Dieser Blick in die Forschung ist ein Teilergebnis des Forschungsprojekts DiTraH - Digitale Transformation von Handwerksunternehmen in Südniedersachsen, das in Kooperation mit der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Göttingen mbh (GWG), der Hochschule für Angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK), dem Heinz-Piest-Institut für Handwerkstechnik an der Leibniz Universität Hannover e.V. (HPI), der Handwerkskammer Hannover, dem Landkreis Holzminden, dem Soziologischen Forschungsinstitut Göttingen (SOFI) sowie der Wirtschaftsförderung Region Goslar GmbH & Co.KG durchgeführt wird. Das Projekt wird kofinanziert aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) und des Landes Niedersachsen sowie vom Deutschen Handwerksinstitut (DHI).

Ansprechpartner:

Dr. Till Proeger (0551 39 174884, till.proeger@wiwi.uni-goettingen.de)