

09.07.2025 - 10:09 Uhr

GoDaddy-Studie: Follower:innen, aber keine Kund:innen? Kleinunternehmen setzen auf Social Media, aber verschenken (noch) Umsatzpotenzial



Köln (ots) -

Neue GoDaddy-Daten zeigen, wie Unternehmer:innen in Deutschland, Österreich und der Schweiz in Social Media investieren, aber dennoch mit Sichtbarkeit und Kundengewinnung kämpfen.

Kleinunternehmen im DACH-Raum setzen zunehmend auf digitale Kanäle, wie die eigene Website, Online-Shops und Social Media. Das zeigt die aktuelle GoDaddy Global Entrepreneurship Survey 2025. Dabei wird deutlich: Unternehmer:innen im DACH-Raum nutzen eine hybride Kombination aus Online- und Offline-Präsenz, um Kunden optimal zu erreichen, den Umsatz zu steigern und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Digitale Geschäftsmodelle auf dem Vormarsch

Wer heute in Deutschland, Österreich oder der Schweiz ein Unternehmen führen will, muss mehr tun als nur ein Geschäft zu betreiben. Während **38 %** der Kleinunternehmen nach wie vor hauptsächlich von einem physischen Standort aus arbeiten, betreiben **17 %** ihr Geschäft bereits primär über die eigene Website. Weitere **18 %** sind hauptsächlich auf Social Media tätig.

Auch die Vertriebskanäle spiegeln diese Verschiebung wider. Während **44 %** stationär verkaufen, setzen bereits fast ein Viertel (**24 %**) auf Online-Shops oder digitale Marktplätze und **17 %** verkaufen direkt über soziale Medien.

Diese Mischung aus physischen und digitalen Ansätzen zeigt: Der digitale Wandel ist Realität. Kleinunternehmen im DACH-Raum finden zunehmend neue Wege, ihre Kund:innen zu erreichen - jenseits der Ladenöffnungszeiten und Einkaufsstraßen. Die Fähigkeit, verschiedene Methoden zu kombinieren, deutet auf eine bedeutende Entwicklung in der Fähigkeit der Unternehmen hin, sich an die Bedürfnisse und Vorlieben ihrer Kund:innen anzupassen.

Social Media ist wichtig - aber alles andere als einfach

Die Bedeutung digitaler Sichtbarkeit ist unbestritten. **60 %** der Kleinunternehmer:innen im DACH-Raum sagen, dass sie für ihre Verkaufsstrategie wichtig sind. Und soziale Medien sind zu einem der wichtigsten Orte geworden, um etwas über die Führung eines Unternehmens zu lernen: Über die Hälfte der Kleinunternehmer:innen (**55 %**)

nutzen sie, um sich zu informieren, statt auf traditionelle Bildungsressourcen wie Bücher und Blogs zurückzugreifen (**37 %**) oder KI-Tools wie ChatGPT zu nutzen (**27 %**).

Doch die Umsetzung stellt viele vor große Herausforderungen: **32 %** der Kleinunternehmer:innen finden es schwer, regelmäßig kreative Ideen für Beiträge zu entwickeln. Weiteren **32 %** fehlt schlichtweg die Zeit, um konsequent Inhalte zu erstellen und zu veröffentlichen. Und selbst wenn Inhalte online gehen, bleiben Erfolge oft aus: **50 %** der Unternehmer:innen im DACH-Raum kämpfen damit, Follower:innen in zahlende Kund:innen zu verwandeln. **45 %** erreichen mit ihren Beiträgen nicht einmal ihre Zielgruppe.

Diese Zahlen machen deutlich: Wer Social Media effektiv nutzen will, braucht mehr als nur einen Account - nämlich intelligente Tools und gezielte Unterstützung, um aus Likes und Reichweite echtes Geschäftswachstum zu machen.

Der wachsende Bedarf an intelligenten Tools und KI-Unterstützung

Viele Unternehmer:innen in Deutschland, Österreich und der Schweiz wissen, was ihnen beim Verkauf in sozialen Netzwerken helfen würde. Mehr als die Hälfte (**53 %**) braucht bessere Möglichkeiten, um die richtige Zielgruppe zu erreichen und **37 %** wünschen sich einfachere Tools für die Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten - der Bedarf an praktischen, zeitsparenden Lösungen ist hoch.

KI beginnt eine Rolle zu spielen, insbesondere bei proaktiven Geschäftsinhabern. Diejenigen, die bereits KI nutzen, sind eher an Tipps und Vorlagen für das Schreiben von Bildunterschriften und Anzeigen interessiert (**27 % gegenüber 18 %** der Nicht-KI-Nutzer). Für beide Gruppen sind aber vor allem tiefere Einblicke in das, was funktioniert (**36 %** KI-Nutzer:innen und **43 %** der Nicht-KI-Nutzer:innen) und bessere Wege, ihre Zielgruppe zu erreichen (**53 %**) spannend. Diese Präferenzen deuten darauf hin, dass kleine Unternehmen nicht nur mit KI experimentieren, sondern nach intelligenter, zielgerichteter Unterstützung suchen, die Zeit spart und Ergebnisse liefert.

"Bei GoDaddy wissen wir, wie viel Potenzial Kleinunternehmer:innen haben - und wissen auch, wie schwer es ist, Online-Bemühungen in echtes Wachstum umzuwandeln", sagt Alexandra Anderson, Marketing Director DACH bei GoDaddy. "Deshalb konzentrieren wir uns darauf, ihnen intelligente, einfache Tools wie [Show In Bio](#) an die Hand zu geben, die dabei helfen können, soziales Engagement in tatsächliche Verkäufe umzuwandeln, ohne mehr Arbeit zu verursachen."

Der Weg nach vorne

Je mehr kleine Unternehmen im DACH-Raum online gehen, desto größer wird der Bedarf an effektiven Tools und Support. GoDaddy setzt sich dafür ein, Unternehmer:innen mit benutzerfreundlichen Lösungen wie Show In Bio, GoDaddy Studio und [GoDaddy Airo](#)® zum Erfolg zu verhelfen - allesamt entwickelt, um digitales Marketing zu vereinfachen und Engagement in echte Ergebnisse umzuwandeln.

**

Über GoDaddy

GoDaddy hilft Menschen auf der ganzen Welt, ihre Unternehmen zu gründen und zu erweitern. Dabei unterstützt die Plattform bei der Planung von Geschäftsideen, der Erstellung von Website und Logo und bietet Hilfestellung beim Vertrieb von Dienstleistungen und der Abwicklung von Zahlungen. GoDaddy Airo(TM) ist eine integrierte KI-Software, mit der Nutzer ihr Unternehmen noch schneller und einfacher gründen können. Sie hilft dabei, die Website zu erstellen, Besucher auf die Seite zu locken und den Umsatz zu steigern. Die Experten von GoDaddy sind rund um die Uhr im Einsatz. Weitere Informationen finden Sie auf www.godaddy.com/de/link-in-the-bio.

Pressekontakt:

Ramona Laudenbach
Oseon GmbH
+49 159 0646 18 62
ramona@oseon.com

Medieninhalte



Social First - Digitale Geschäftsmodelle auf dem Vormarsch / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/122648 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100081496/100933327> abgerufen werden.