

SABU-Marketingumfrage 2023

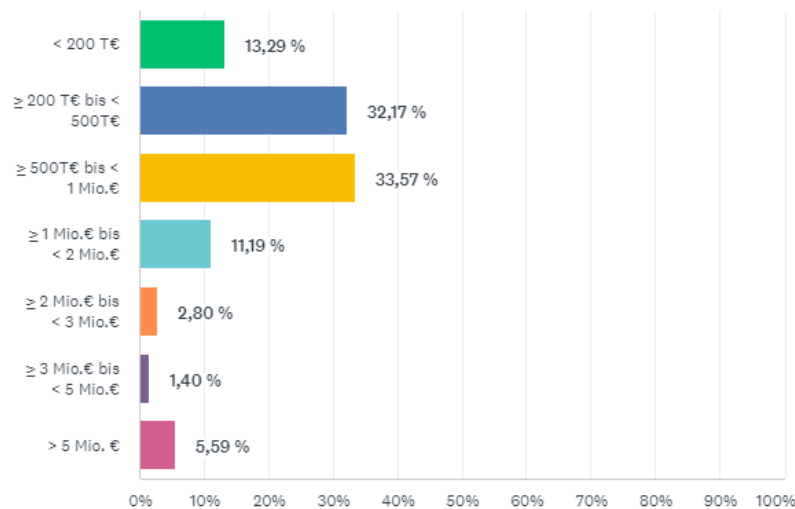
Vielen Dank an die Teilnehmer unserer Marketingumfrage.

Wir freuen uns sehr, dass 143 SABU- und ZUSA-Händler sich die Zeit genommen haben an unserer Marketingumfrage teilzunehmen.

Ziel unserer Umfrage war es, einen Überblick über die aktuellen Marketingbudgets unserer Händler zu erhalten und basierend auf den Ergebnissen die Leistungen des SABUs im Bereich Marketing/ Online-Marketing weiterzuentwickeln und Ihnen im Bereich Marketing Empfehlungen zu geben. Falls Sie im Nachgang Fragen zu den Auswertungen haben, können Sie sich gerne an uns wenden. (SABU-Ansprechpartner: Michael Gnoth)

1. Bitte ordnen Sie sich in einer der folgenden Umsatzcluster ein. Umsatz pro Jahr in €.

Beantwortet: 143 Übersprungen: 0

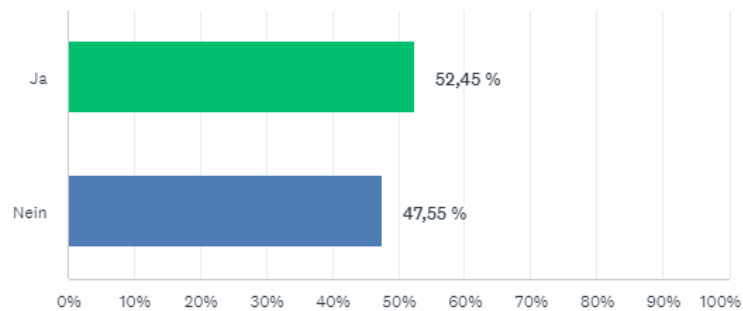


Die meisten Teilnehmer mit rund 65% befinden sich in dem Umsatzclustern zwischen 200T€ bis 1Mio.€. Sehr spannend ist, dass wir in allen Umsatzclustern einige Teilnehmer erreichen konnten.

In den folgenden Auswertungen sehen Sie die Antworten aller Teilnehmer, mit einer Ausnahme, im Bereich der Marketingausgaben. Hier haben wir die Statistiken auf die jeweiligen Umsatzcluster gefiltert, so dass Sie einen direkten Vergleichswert zu anderen Teilnehmern in Ihrem Umsatzcluster haben.

2. Sind Sie Teil einer aktiven Werbegemeinschaft?

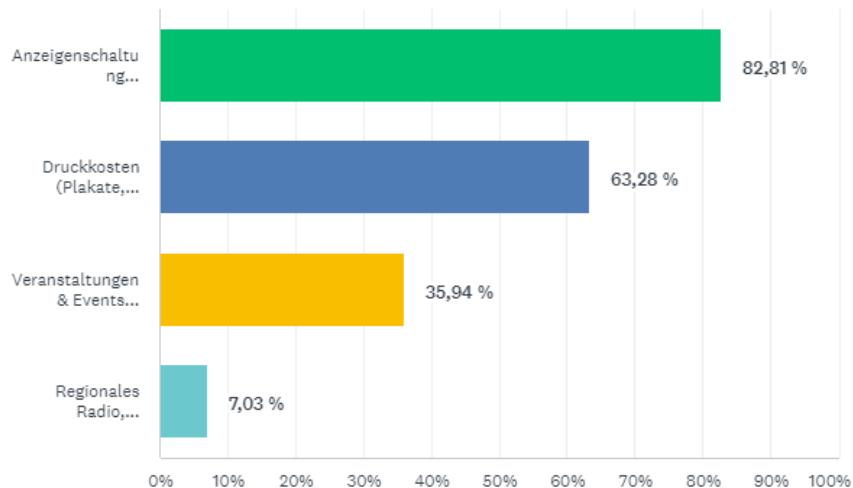
Beantwortet: 143 Übersprungen: 0



Nur 52,45% der befragten Händler sind aktuell Teil einer aktiven Werbegemeinschaft. Generell würden wir die Teilnahme an einer Werbegemeinschaft immer empfehlen, denn genauso wie in einem Verbund gilt: Gemeinsam sind Sie stärker und gemeinsam können Sie mehr erreichen. Die Attraktivitäten Ihrer Stadt ist für den Endkunden sehr bedeutend, daher macht es durchaus Sinn sich mit anderen Einzelhändlern in Ihrem Ort auszutauschen und gemeinsam Marketingaktivitäten in Ihrer Stadt zu planen.

3. Welche Werbemittel haben Sie im Bereich Offline Marketing genutzt? (Im gesamten vergangenen Jahr)

Beantwortet: 128 Übersprungen: 15

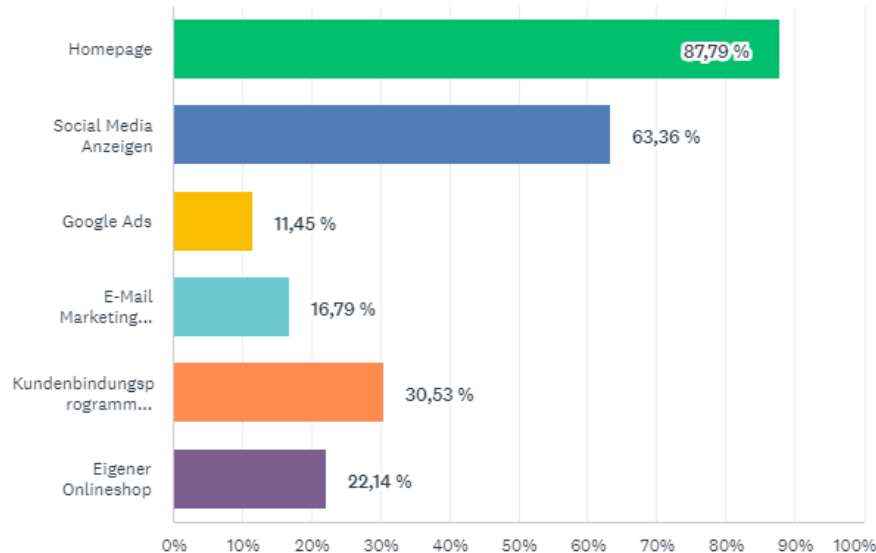


Die meisten Teilnehmer mit 82,81% haben im letzten Jahr Budget für Anzeigenschaltungen in Zeitungen und Co. verwendet. Direkt gefolgt von den Druckkosten für Plakate & Flyer mit 63,28%. Knapp 7% verwenden regionales Radio oder Kinowerbung.

Hier sehen wir eine große Chance im Bereich der Veranstaltungen & Events am POS. Im vergangenen Jahr haben nur knapp 36% der Teilnehmer Budget in diesem Bereich verwendet.

4. Welche Werbemittel haben Sie im Bereich Online Marketing genutzt? (Im gesamten vergangenen Jahr)

Beantwortet: 131 Übersprungen: 12



Knapp 88% der Teilnehmer verwenden Budget für eine Homepage im Online-Bereich. Eine Homepage ist ein wichtiger Grundbaustein für die Sichtbarkeit im Internet, daher würden wir aktuell jedem Händler eine Homepage empfehlen. Gefolgt wird die Homepage von den Social Media Anzeigen mit 63,36%. Hier gilt es zu beachten, dass die generelle Nutzung von Social Media von bezahlten Social Media Anzeigen zu trennen ist. Da dies in unserer Umfrage nicht ausreichend beschrieben wurde, vermuten wir, dass der 63,36% Wert die generelle Nutzung von Social Media angibt. Der Anteil an teilnehmenden Händlern von bezahlten Social Media Anzeigen schätzen wir deutlich geringer.

Großes Potential sehen wir im Bereich CRM (Kundenbeziehungs-Management), hierzu zählen die genannten 30,53% im Bereich Kundenbindungsprogramm und 16,79% im Bereich E-Mail-Marketing. In den vergangenen beiden Jahren haben wir uns schon ausführlich mit dem Thema Kundenbindung beschäftigt und beraten Sie hier gerne, egal ob Sie mit der Erhebung von Kundendaten starten, Interesse an Newsletter-Marketing oder einer Kunden-App haben. (SABU-Ansprechpartner: Oliver Straub & Uwe Elst)

Weitere häufig genannte Werbemittel, die teilnehmende Händler aktuell im Einsatz haben:

- WhatsApp Business
- Kundenbindung, Bonusschreiben, Kundenkarte, ...
- Vereine – Bannerwerbung, Ticket Sponsoring, ...
- Bus, Bahn

5. Wie viel Budget haben Sie im letzten Jahr im Bereich Offline Marketing verwendet?

Budget Marketing alle TN 2022	Umsatz	Anz Kd mit Angabe	Gesamt-Budget €	Offline Durchschnitt pro Kunde €
19 Kd	< 200 T€	14	26.500	1.893
46 Kd	≥ 200 T€ bis < 500T€	37	169.950	4.593
48 Kd	≥ 500T€ bis < 1 Mio.€	38	260.600	6.858
16 Kd	≥ 1 Mio.€ bis < 2 Mio.€	14	191.730	13.695
4 Kd	≥ 2 Mio.€ bis < 3 Mio.€	3	144.500	48.167
2 Kd	≥ 3 Mio.€ bis < 5 Mio.€	2	83.000	41.500
8 Kd	> 5 Mio. €	6	856.000	142.667
143 Kd		114	1.732.280	15.195

6. Wie viel Budget haben Sie im letzten Jahr im Bereich Online Marketing verwendet?

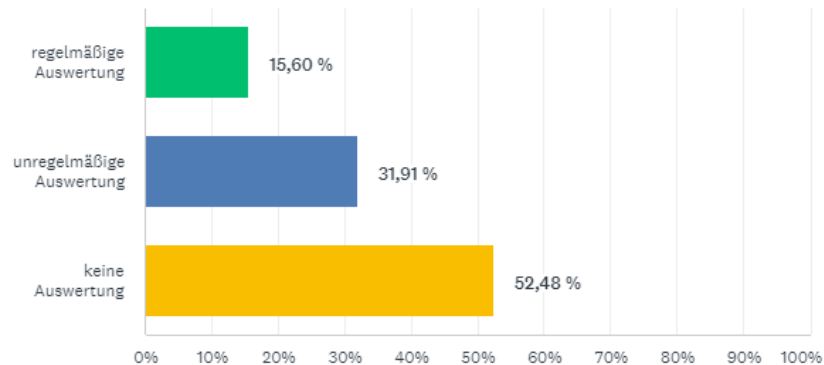
Budget Marketing alle TN 2022	Umsatz	Anz Kd mit Angabe	Gesamt-Budget €	Online Durchschnitt pro Kunde €
19 Kd	< 200 T€	7	4.157	594
46 Kd	≥ 200 T€ bis < 500T€	26	41.755	1.606
48 Kd	≥ 500T€ bis < 1 Mio.€	35	83.730	2.392
16 Kd	≥ 1 Mio.€ bis < 2 Mio.€	9	37.500	4.167
4 Kd	≥ 2 Mio.€ bis < 3 Mio.€	3	25.000	8.333
2 Kd	≥ 3 Mio.€ bis < 5 Mio.€	2	7.000	3.500
8 Kd	> 5 Mio. €	4	62.000	15.500
143 Kd		86	261.142	3.037

Die Auswertungen zeigen, dass im Bereich Offline Marketing in allen Umsatzclustern das Budget im Vergleich zum Online-Marketing deutlich höher ausfällt. Im Durchschnitt über alle Umsatzcluster wird im Offline-Marketing rund 15.000€ ausgegeben und im Online-Marketing 3.000€. In Zukunft wird es eine gute Lösung sein, Marketingbudget auf Online und Offline-Kanäle zu verteilen oder in manchen Fällen Offline Budget auf Online-Maßnahmen umzulagern. Generell empfehlen wir, dass Ihre

Werbekosten ca. 2,1 -2,3% Ihres Bruttoumsatzes betragen. Sprechen Sie hier auch gerne nochmal Ihren SABU-Betriebsberater an.

7. Werten Sie den Erfolg Ihrer Werbemaßnahmen in regelmäßigen Abständen aus?

Beantwortet: 141 Übersprungen: 2

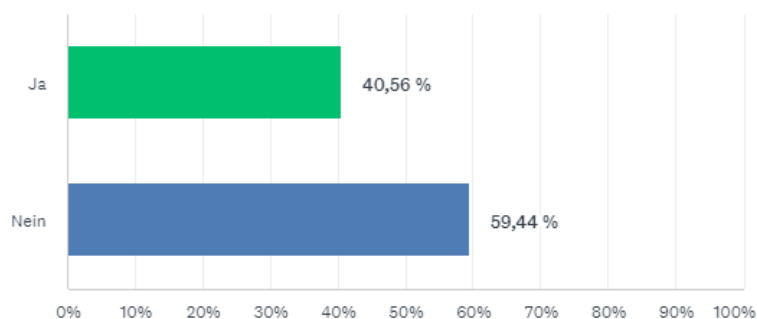


Die deutliche Mehrheit mit 52% bzw. 32% werten Ihre Werbemaßnahmen gar nicht oder nur unregelmäßig aus. Hier sehen wir ein großes Handlungsfeld für das kommende Jahr, da es von großer Bedeutung ist, dass Sie Ihr Marketing-Budget für effektive Maßnahmen, die auf Ihr Geschäft abgestimmt sind, einsetzen.

Marketingangebote des SABUs

8. Nutzen Sie aktuell Werbemittel vom SABU? (Dekobaukasten, Social Media Contentplan, ...)

Beantwortet: 143 Übersprungen: 0



Aktuell nutzen nur 40,56% der Teilnehmer Werbemittel des SABUs. Hierbei ist es uns wichtig zu sagen, dass wir bereits aktuell an neuen Konzepten im Bereich Marketing & Online-Marketing arbeiten. Die Ergebnisse der Umfrage sind für die Weiterentwicklung der Maßnahmen sehr

bedeutend. Falls Sie noch weiteres Feedback zu unserem Marketingangebot haben, freuen wir uns jederzeit über einen Anruf oder eine E-Mail von Ihnen.

9. In welchen Bereichen wünschen Sie sich noch Unterstützung vom SABU?

- Newsletter für Endkunden
- Social Media Vorlagen, Video & Co.
- Was Neues im Bereich Werbemittel, Deko
- CRM/ Kunden-App

Weitere Händlerkommentare zu Wünschen/ Verbesserungsvorschlägen zu dem aktuellen SABU-Angebot

„Eine App mit der man Videos & Bilder bearbeiten könnte mit Zugriff auf eure Datenbank für Impressionsbilder, welche ich dann selbst mit meinem Header bearbeiten könnte. Eine Sammlung von Impressionsbildern von diversen Marken wäre auch top. Wie Fashion Cloud nur halt mit Bildern drauf.“

„Vorlagen/Ideen Social Media und Events (z.B. Was kann man an einem verkaufsoffenen Sonntag od. Mitternachtsshopping zusätzlich machen). High Heel Laufkurs usw.“

Zusammenfassung und Ausblick für 2023

Basierend auf den Rückmeldungen der Umfrage haben wir verschiedene Themenfelder identifiziert, die wir im nächsten Jahr angehen werden. Wir arbeiten bereits aktiv an neuen Angeboten für Sie und geben Ihnen auch jetzt schon einen kleinen Einblick, was Sie im nächsten Jahr erwartet. Wir bieten bereits heute eine Vielzahl an Leistungen im Marketingbereich an. Sprechen Sie uns einfach an, wenn Sie Unterstützung bei einem konkreten Thema benötigen. Wir empfehlen Ihnen auch sich der SABU-Wissenswelt, unsere Lernplattform, anzuschließen. Schon heute finden Sie hier viele Kurse im Bereich Marketing, aktuell vor allem im Bereich Social Media. Derzeit erarbeiten wir weitere Kurse im Bereich Newsletter-Marketing und im nächsten Jahr kommen einige Kurse zu generellen Marketing-Grundlagen hinzu.

In der Umfrage haben wir zwei Themen als wichtige Handlungspunkte identifiziert. Einmal das Thema Marketing im digitalen Bereich und die Weiterentwicklung/ Veränderung unseres aktuellen Marketing-Baukastens.

Digitales Marketing kann für Einsteiger und Fortgeschrittene ein überwältigendes Thema sein, das mit seinen vielen Handlungsfeldern, Auswertungsmöglichkeiten und immer neuen Möglichkeiten abschreckt. Unser Ziel ist es im kommenden Jahr ein umfassendes Programm anzubieten, mit dem wir uns gemeinsam mit Ihnen Schritt für Schritt diesem Thema nähern und messbare Fortschritte im digitalen Marketing machen können. Unser Ziel ist es hierbei, nicht nur Wissen zu vermitteln, sondern anhand von konkreten Beispielen und Handlungsvorschlägen schnell spürbare Ergebnisse zu erreichen - vom Aufsetzen einer Digitalen Marketingstrategie, über die Zusammenhänge und Verknüpfungen zwischen den einzelnen Kanälen, hin zu den Auswertungen der Maßnahmen.

Unseren aktuellen Deko-Baukasten und auch den Social Media Contentplan möchten wir weiterentwickeln und Ihnen neue Ideen geben. Hier ist uns vor allem wichtig, dass Sie zukünftig auch die Möglichkeiten haben unsere Vorlagen selbständig zu individualisieren und auf die Bedürfnisse Ihres Geschäfts anzupassen. Die Anpassungen wollen wir für Sie als Händler so einfach wie möglich halten, so dass nach einer Einführung jeder damit arbeiten kann. Wir möchten unseren Pool an Vorlagen, vor allem auch für den Online und Social Media Bereich deutlich erweitern. Mit der neuen Lösung haben Sie zusätzlich zu den vielfältigen Print-Vorlagen auch passende Onlinevorlagen für Ihre Homepage, Ihren Onlineshop oder auch Ihre Social-Media-Kanäle.

Wir arbeiten aktuell intensiv an der Vorbereitung dieser beiden Themen und werden diese voraussichtlich im Frühjahr kommenden Jahres offiziell vorstellen. Verfolgen Sie unsere Aktivitäten weiterhin über unseren Newsletter oder auch über unsere Social-Media-Kanäle und erfahren Sie so als erste von unseren neuen Leistungen.

Bleiben Sie gesund und bis bald!

Ihr SABU-TEAM