

„Jede Firma muss im Netz präsent sein“

Patrick Hünemohr,
Chef der Greven-Gruppe,
über seinen Ratgeber für
Online-Marketing

Patrick Hünemohr ist seit 20 Jahren Geschäftsführer der Kölner Greven Unternehmensgruppe. Im Jahr 2001 betraute Eigentümerin Irene Greven den damals 33-jährigen mit der Aufgabe, die Verlagsgruppe in die digitale Zukunft zu führen. Heute erzielt das Unternehmen mit digitalen Produkten und Services rund 70 Prozent des Gesamtumsatzes. Hünemohr ist auch als Autor erfolgreich. Sein Buch „Lokal Digital Unschlagbar“ ist ein Renner.

Herr Hünemohr, in Ihrem Buch geht es um Onlinemarketing. An wen wendet sich der Ratgeber?

Das Buch richtet sich in erster Linie an zwei Zielgruppen. An Unternehmerinnen und Unternehmer, die mit dem digitalen Marketing beginnen und zum Beispiel selber eine Website erstellen möchten. Es wird erklärt, wie das funktioniert, welche Elemente auf einer Seite wie behandelt werden müssen, damit bei einer Google-Suche im lokalen Umfeld beste Positionen erreicht werden. Zudem möchte ich Leute erreichen, die mit einer Agentur, die für sie das digitale Marketing macht, auf Augenhöhe sprechen wollen. Das Gefälle zwischen Agenturen und Unternehmen, sprich den Kunden, ist leider immer noch sehr groß.

Braucht tatsächlich jedes Unternehmen einen Internetauftritt?

Ja, unabhängig von der Größe und der Branche. Es gibt meiner Ansicht nach kein Unternehmen, das darauf verzichten kann. Nehmen wir zum Beispiel eine Änderungsschneiderei. Muss das womöglich nur aus einer Person bestehende Unter-



Foto: Greven Verlag

Patrick Hünemohr

nehmen online präsent sein? Unbedingt. Das zeigt sich in der aktuellen Corona-Pandemie mit ihren Auswirkungen auf die lokale Wirtschaft sehr deutlich. Sichtbar werden könnte in dem Fall der Hinweis auf Hygienekonzepte oder geänderte Öffnungszeiten oder auf einen neuen Bring- und Abholservice.

Wie sehr hat Corona die Entwicklung beeinflusst?

Massiv. Global wurde die Pausetaste gedrückt, lokal hat gewonnen. Wir haben vor gut einem Jahr eine bundesweite Studie gemacht, für die wir etwa 2000 Menschen gefragt haben, wie sie auf lokale Unternehmen aufmerksam geworden sind. 16 Prozent der Befragten gaben an, einen ihnen zuvor unbekanntem Dienstleister digital kennengelernt zu haben.

Das Gespräch führte

Monika Salchert

Patrick Hünemohr, „Lokal Digital Unschlagbar“, 255 Seiten, Greven Verlag, 20 Euro