

## Community: Die Kraft der Gemeinschaft für sich nutzen – Warum der Mittelstand vernetzt am stärksten ist

- Zugehörigkeit schafft Sicherheit: Wissensaustausch und Synergien für Fortschritt und Innovation nutzen
- Community-Siegel als Qualitätsmerkmal: Stärkung des Einzelnen durch die Gemeinschaft - für mehr Vertrauen bei Verbraucher:innen
- Events tragen zu Geschäftskontakten und Gemeinschaftsgefühl bei

**Nürnberg, 09. Januar 2024:** Vom Friseurladen des Vertrauens über die Bäckerei an der Ecke bis hin zum Logistikunternehmen der Region: Der deutsche Mittelstand besteht aus 3,2 Millionen Unternehmen und bildet mit beeindruckenden 99,3 Prozent aller Betriebe das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Dies geht aus den Daten des [Statistischen Bundesamts](#) hervor. Diese Firmen sind nicht nur maßgeblich für die Sicherung von Arbeitsplätzen und die wirtschaftliche Entwicklung des Landes verantwortlich, sondern sehen sich unabhängig von ihrer Branche oft mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert. So sehen beispielsweise in Bezug auf den Digitalisierungsgrad rund 56 Prozent der KMUs noch digitalen Nachholbedarf oder fühlen sich gar digital abgehängt (8 Prozent). Das zeigen die Ergebnisse der Mitgliederbefragung „Digitalbarometer“ von SELLWERK im November 2023.

Um diesen Gegebenheiten erfolgreich zu begegnen, ist es gerade für kleinere Betriebe äußerst hilfreich, sich zu vernetzen und in einer starken Community Gleichgesinnter relevante Informationen auszutauschen.



Netzwerkveranstaltungen laden dazu ein, sich mit anderen Unternehmer:innen auszutauschen. © SELLWERK

## Gemeinschaft verbindet – Wissensaustausch und Synergien

Schon durch Freemium-Mitgliedschaftsmodelle können KMUs von zahlreichen Vorteilen eines Mittelstands-Netzwerks profitieren. Hierzu gehören der Zugang zu einer Fülle von kostenlosen Informationen wie Blogposts und Whitepapers sowie die Teilnahme an Netzwerkveranstaltungen, die den gemeinsamen Austausch vorantreiben. Die Herausforderungen, denen sich der Mittelstand gegenüber sieht, sind vielfältig. Dies geht auch aus dem Digitalisierungsbarometer von SELLWERK im November hervor. Hier nannten die befragten Unternehmen vor allem den Mangel an Zeit (37 %), Unsicherheiten zu Datensicherheit/-schutz (36 %), die Auswahl der richtigen Digitallösungen (29 %) sowie die Bürokratie (28 %) und rechtliche / regulatorische Rahmenbedingungen (27 %) als Hürde.

Insbesondere der Fachkräftemangel und der damit verbundene erhöhte Schulungsbedarf, um die Kompetenz und Akzeptanz der Mitarbeitenden gegenüber digitalen Gegebenheiten zu steigern bedingt zudem neue Strategien, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Der Aufbau beziehungsweise die Mitgliedschaft in Netzwerken ist daher eine zielführende Lösung, um Geschäftskontakte zu knüpfen und den Wissensaustausch zu fördern. Auch im Hinblick auf die Weiterentwicklung im Bereich Künstliche Intelligenz sowie Digitalisierung ist eine Vernetzung mit weiteren beteiligten Partner:innen eine Win-win-Situation für alle. Sie kann genauso helfen, Synergien herauszufinden und zu nutzen.



Besonders kleine- und mittelständische Unternehmer:innen profitieren vom Austausch miteinander © SELLWERK

## Events und Panels für Expertentalks, Marktforschung und Kundenfeedback

Community-Events bieten den Raum für regelmäßigen Austausch über eine Vielzahl von Talks, Roundtables und Panels. Hier erhalten Mitglieder wertvolle Informationen von Expert:innen und nützliche Tipps, um ihre Unternehmen erfolgreich zu führen. Das Netzwerk

dient auch als Plattform für Marktforschung und Kundenfeedback, die für die Entwicklung zukünftiger Strategien von entscheidender Bedeutung sind. Darüber hinaus bietet die Gemeinschaft den Mitgliedern Zugang zu wertvollen Ressourcen und Partnerschaften, die ihr Wachstum und ihre Entfaltung unterstützen. Der deutsche Mittelstand hat durch solche Formate die einzigartige Möglichkeit, nicht nur seine eigene Stärke anzufeuern, sondern auch die gesamte Wirtschaft des Landes zu beflügeln. Die Vorteile solcher Vernetzung tragen also aktiv dazu bei, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und die Zukunft des Mittelstandes in Deutschland zu sichern.

## **Siegel als Qualitätsmerkmal**

Um Vertrauen zu wecken, spielen auch Abzeichen eine entscheidende Rolle als Qualitätsmerkmal. Sei es, um die Einhaltung gewisser Normen zu signalisieren, die Auszeichnung als Top-Arbeitgeber zu demonstrieren oder die Zugehörigkeit zu einer Vereinigung zu verdeutlichen. Solche Plaketten veranschaulichen schließlich die Erfüllung bestimmter Kriterien, auf die sich eine Branche, eine Organisation oder eine unabhängige Instanz verständigt hat. Dass solche Embleme wichtig sind, zeigt das Consumer Review Survey 2023 von [Bright Local](#). Aus diesem geht hervor, dass 81 Prozent der Verbraucher:innen Online-Weiterempfehlungen genauso stark berücksichtigen wie Empfehlungen von ihnen bekannten Personen. Dies spiegelt sich auch in der Kundengewinnung wider.

*„Wir beobachten, dass unsere Nutzer:innen mit dem SELLWERK Trusted Qualitätssiegel ihre Konversionsrate um bis zu 14 Prozent steigern“, erklärt Tobias Mulack, CDO bei SELLWERK.*

Dies zeigt, dass Siegel sich gerade für KMU lohnen, die noch nicht auf große Bekanntheit setzen können. Durch Abzeichen gewinnen sie das Vertrauen ihrer Zielgruppe und erstrahlen als kompetenter, zuverlässiger Ansprechpartner in ihrem Sektor. Zudem profitieren auch besonders kleine Firmen davon, dass sie durch die Mitgliedschaft in einem Netzwerk und die Anerkennung mit solch einem Emblem in Verzeichnisse aufgenommen werden. Das kann vorübergehend eine eigene Website ersetzen, da sie sich über diesen Kanal mit Informationen und Bildern präsentieren können.

## **Den Trust einer Firma steigern durch Reputation und Zugehörigkeit**

Der Schlüssel zur Stärkung der Vertrauenswürdigkeit eines Unternehmens liegt demnach in seiner Reputation und der Zugehörigkeit zu einem renommierten Netzwerk. Genau wie man(n) damals erst zum Ritter geschlagen werden musste, um zu einem Orden zu gehören, ist auch heutzutage die Mitgliedschaft in gewissen Gruppen oder Vereinigungen schon ein erstes Qualitätsmerkmal. Solche Embleme implizieren schließlich, dass eine vertrauenswürdige Instanz bereits eine Vorauswahl und eine Kontrolle durchgeführt hat.

*„Durch das gegenseitige Referenzieren der Mitgliedsunternehmen steht das SELLWERK Trusted Qualitätssiegel für Verlässlichkeit und Integrität. Damit wird der Zusammenhalt der Mittelstandsbetriebe, die sich für Qualität und Exzellenz einsetzen, gefördert und mit dem Siegel belohnt. Ihr Engagement für unsere Community und ihre herausragenden Leistungen im Mittelstand verschaffen ihnen im Umkehrschluss einen Wettbewerbsvorteil am Markt“, so Mulack.*

Die Zugehörigkeit zu einer vertrauenswürdigen und anerkannten Netzwerk-Gemeinschaft signalisiert auch Kund:innen und Geschäftspartner:innen, dass sie es mit einer Firma zu tun haben, die höchste Qualitätsstandards erfüllt. Ein vernetzter Mittelstand ist somit die Zukunft und trägt dazu bei, dass alle Beteiligten durch die Gemeinschaft stärker und krisensicherer werden.

**SELLWERK** bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist.

**Pressekontakt Agentur**

Christina Schoof | Mashup Communications | +49.30. 832.119.74 |  
[sellwerk@mashup-communications.de](mailto:sellwerk@mashup-communications.de)

**Kontakte SELLWERK**

**Frank Schieback**

CMO – Marketing/Produkt

[frank.schieback@sellwerk.de](mailto:frank.schieback@sellwerk.de)

**Angela Steinhart**

Leiterin Markenkommunikation

[angela.steinhart@sellwerk.de](mailto:angela.steinhart@sellwerk.de)