

Abstract:

Wie können Dienstleister im B2C-Bereich so kommunizieren, dass sie nicht nur die Erwartungen ihrer Kunden erfüllen, sondern diese sogar übertreffen? Oft wird Kommunikation allein auf Inhalte und Formate reduziert, obwohl gerade im Dienstleistungssektor auch Strukturen, Prozesse und strategische Kompetenzen entscheidend sind. Besonders für Selbstständige und kleine Unternehmen ist eine gezielte Kommunikationsstrategie unerlässlich, um nachhaltig wettbewerbsfähig zu bleiben und sich in einem dynamischen Marktumfeld zu behaupten.

Zur Untersuchung der Erfolgsfaktoren von Kommunikationskonzepten im B2C-Bereich wird eine Analyse am Beispiel von Dienstleistern in der Hochzeitsbranche durchgeführt. Dabei liegt der Fokus auf Foto- und Videodienstleistern.

Die Arbeit untersucht die zentrale Forschungsfrage „*Welche spezifischen Kommunikationsstrategien und -konzepte gelten als Erfolgsfaktoren für Dienstleister, insbesondere Foto- & Videografen in der Hochzeitsbranche?*“. Im Rahmen der Unterforschungsfragen wurde dabei der Fokus auf die Rolle von Social Media für Kundeninteraktion, die Relevanz von Partnernetzwerken und Empfehlungen sowie die Nutzung technologischer Innovationen wie KI gelegt.

Bei der Methodik wurde ein Mixed-Methods-Ansatz gewählt. Er kombiniert qualitative Experteninterviews (führende Dienstleister mit > 5 Jahren Erfahrung) mit einer quantitativen Online-Umfrage (Brautpaare der letzten drei Jahre). Dadurch konnte ein multiperspektivisches Bild der Kommunikation aus Dienstleister- und Kundensicht gezeichnet werden.

Die Untersuchung zeigt, dass der Erfolg von Kommunikationsstrategien in der Hochzeitsbranche maßgeblich durch die emotionale Ansprache und die individuelle Kundenorientierung beeinflusst wird. Instagram dominiert als primärer Kommunikationskanal und wird sowohl zur visuellen Präsentation der Dienstleistung als auch zur Interaktion mit potenziellen Kunden genutzt. Dabei sind Kurzvideos und Storytelling (insbesondere durch „Behind-the-Scenes“-Inhalte) entscheidend, um eine persönliche Verbindung zur Zielgruppe aufzubauen. Partnerschaften mit Hochzeitsplanern und Locations ermöglichen darüber hinaus eine erhöhte Sichtbarkeit und Zugang zu lukrativen Kundenkreisen. Eine professionelle Website dient darüber hinaus als Vertrauensanker im Dienstleistungssektor. Kunden legen bei der Kommunikation der Dienstleister großen Wert auf Authentizität, Empathie und eine klare Kommunikation. Insgesamt zeigt sich, dass der Aufbau von Vertrauen und die Berücksichtigung individueller Wünsche zentrale Erfolgsfaktoren aus Sicht der Kunden sind.

Art der Arbeit: Masterarbeit

Verfasser: Michael Weierich

E-Mail: michaelweierich@outlook.com