

**August 2009**

## **Merkblatt zum**

# **„Online-Marketing“**

Online-Marketing ist eine Form der Werbung, die Online-Medien nutzt, um eine Kommunikation mit dem Kunden aufzunehmen. Ziel dabei ist es, auf bestimmte Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen, um so den Umsatz zu steigern. Zum Online-Marketing zählen Maßnahmen wie Suchmaschinen-Optimierung, Anzeigen in Suchmaschinen, Online-PR, Banner- oder Newsletter-Kampagnen sowie Mobile-Marketing und E-Mail-Marketing.

Mehr als 80 Prozent der Käufer verwenden das Internet und insbesondere Suchmaschinen für Recherchen, Produkt- und Preisvergleiche oder zum direkten Kauf. So etabliert sich das Online-Medium auch für den Mittelstand zunehmend als Vermarktungskanal. Da die Ansprache der Kunden gezielt und individuell erfolgt, liegen messbare Ergebnisse innerhalb kürzester Zeit vor und zeigen den Entscheidern, ob die richtige Marketingstrategie gewählt wurde.

## **Warum Online-Marketing**

Für kleine und mittelständische Unternehmen genügt es nicht mehr, nur online zu sein. Ein gezieltes Online-Marketing-Konzept bietet die Chance, von potentiellen Kunden gefunden zu werden und sich aus dem Angebot der Masse herauszuheben. Und dies gilt brachenübergreifend für alle Unternehmen mit den unterschiedlichsten Kundenbeziehungen.

Durch den rasanten Anstieg der Internetnutzung kann man mithilfe der elektronischen Werbung immer mehr Menschen erreichen. Dazu einige Zahlen: Im Jahr 2000 nutzten circa 10 Mio. Menschen deutschlandweit das Internet, 2007 gab es bereits 40,8 Mio. Internetnutzer. Dabei sind die Ansprüche an die Webangebote erkennbar gestiegen. Der Online-Werbemarkt kann für das Jahr 2007 auf eine überaus positive Entwicklung zurückblicken. Mit Bruttowerbeaufwendungen für klassische Online- Werbung in Höhe von 800 Mio. Euro konnte ein Zuwachs von 67 Prozent bzw. ein Plus von mehr als 300 Mio. Euro zum Vorjahr erzielt werden. Die detaillierten Informationen im Netz führen aber auch zu einem veränderten Käuferverhalten: 2007 kauften bereits 28 Mio. Internetnutzer online ein und 94 Prozent (Nielsen-Studie) holten sich vor einer wichtigen Kaufentscheidung Informationen aus dem Web - meist über Suchmaschinen. Deshalb ist es für Anbieter wichtig, in den Suchmaschinen präsent zu sein.

---

### **Ihr Ansprechpartner:**

N.N.

Telefon (030) 3 15 10-324 | Fax (030) 3 15 10-114

## **Strategien für das Online-Marketing**

Folgende Überlegungen sollten im Vorfeld der Aktivitäten erfolgen:

- Wie kann das Internet optimal für das Marketing genutzt werden?
- Wie können Online-Marketing-Aktivitäten erfolgreich gestaltet werden?
- Wie können neue Kunden über das Internet gefunden werden?
- Wie leite ich gezielt Interessenten auf die eigene Internetseite?
- Wie kann der Erfolg der Werbeaktivitäten gemessen werden?
- Wie können sinnvolle Strategien aussehen, Produkte online zu verkaufen?

Für ein professionelles Online-Marketing müssen Unternehmen ihre Zielgruppe genau kennen. Damit gelten hier dieselben Regeln wie beim klassischen Marketing. Der Unternehmer sollte sich fragen, für wen seine Informationen relevant sind, wer Bedarf hat an seinen Produkten und ob der Empfänger sich die Ware leisten kann. Eine genaue Analyse der eigenen Kunden ermöglicht es heraus zu finden, welche Zielgruppe auf das Angebot reagieren könnte und welche potentiellen Neukunden angesprochen werden sollten.

Auch wenn die Umsätze im E-Commerce weiter steigen und ein immer größerer Anteil des Konsums über das Internet abgedeckt wird, ist es wichtig, die Online-Marketing-Aktivitäten strategisch zu planen, damit sich ein unternehmerischer Erfolg einstellt. Da Aufmerksamkeit eine knappe Ressource ist, bedeutet eine genaue Zielgruppen-Selektion das A und O für die Online-Werbung. Zwar ist auf den ersten Blick das Selektieren der richtigen Zielgruppe aufwändiger als reines Aussenden. Langfristig ist es aber der einzige Weg, damit Informationen vom Empfänger überhaupt noch wahrgenommen werden. Eine wichtige Rolle spielt auch der Aufbau des Internetauftrittes, denn die beste Werbung ist nutzlos, wenn der Kunde mit einer unübersichtlich gestalteten Website vergrault wird.

## **Eintrag in die Suchmaschinen**

Ist die Entscheidung für das Medium "Online-Marketing" gefallen, heißt es für das Unternehmen "gefunden zu werden". Die Anmeldung beziehungsweise der Eintrag des eigenen Web-Auftritts in Suchmaschinen und Verzeichnisse gehört deshalb zu den entscheidenden Projektschritten. Hierbei sollte man sich auf die wichtigsten Suchmaschinen konzentrieren. Aufgrund der Komplexität, des Umfangs und des Zeitaufwandes, die richtigen Suchmaschinen auszuwählen, greifen gerade viele kleine Unternehmen an dieser Stelle auf kompetente Dienstleister zurück.

Nach einer Anmeldung in die Suchmaschinen ist eine regelmäßige Erfolgskontrolle ein absolutes Muss, denn nur so erhalten die Unternehmen einen Überblick darüber, ob möglichst viele Nutzer als neue Kunden gewonnen und gebunden werden konnten. Um das Nutzerverhalten der Besucher zu analysieren, hilft eine Auswertung der Logfiles, die von jedem Provider zur Verfügung gestellt werden. Logfiles sind Verbindungsdaten, die von den Servern aufgezeichnet werden und Rückschlüsse auf die Nutzung der Internetseite zulassen.

Studien haben ergeben, dass cirka 80 bis 90 Prozent aller Internetnutzer Suchmaschinen benutzen, um die gewünschten Produkte und Dienstleistungen im Internet zu finden. Dieses Ergebnis zeigt, dass es einen deutlichen Vorteil der Online-Werbung gibt, da der potentielle Kunde beim Abfragen von Informationen über das Internet bereits sein konkretes Produktinteresse preisgibt. Durch die Eingabe der Stichworte in die Suchmaschine kennt das Unternehmen den genauen Bedarf an Produkten und/oder Dienstleistungen.

Neben den Suchmaschinen ist der Bereich E-Mail-Marketing ein wichtiges Thema. Gerade wenn es darauf ankommt, Kunden besonders schnell mit Informationen zu versorgen, sind E-Mail-Kampagnen hervorragend geeignet. Auf den Punkt gebracht bedeutet E-Mail-Marketing: potentielle Kunden erhalten per Werbemail oder Newsletter Mehrwertinformationen. Wie alle Marketing-Instrumente, muss auch die E-Mail-Werbung als ein Instrument von mehreren in ein Gesamtkonzept eingebettet werden. Nur ein gutes Zusammenspiel zwischen Werbung, Website und diversen Instrumenten verschafft dem Unternehmen den erwünschten Erfolg. Werden die E-Mail-Aktionen zielgerichtet und fachkundig eingesetzt, kann E-Mail-Marketing ein sehr erfolgreicher Teil der Marketingstrategie sein.

Die Marktforscher sind sich einig, dass E-Mail-Marketing der Bereich des Direktmarketing ist, der in den nächsten drei Jahren am stärksten an Bedeutung gewinnen wird. Doch die Nutzung des Instruments alleine garantiert noch keinen Erfolg. Nur wer die richtigen Entscheidungen trifft und eine Reihe wichtiger Aspekte beachtet, wird letztlich den gewünschten Profit einfahren.

Wesentlicher Erfolgsfaktor ist, dass die angebotenen Informationen für die Empfänger reizvoll sind und einen Mehrwert bieten. Ebenso wichtig ist es, dass die für Kampagnen selektierten Adressen qualitativ hochwertig sind. Nur so können die gewünschten Zielpersonen erreicht werden.

Die Vorteile des E-Mail-Marketings sind:

- Niedrigere Kosten als bei klassischen Werbebriefen (es entstehen nur minimale Kosten für Softwarelizenzen und Providergebühren)
- Weil es bequem ist, in einer E-Mail einen Hyperlink anzuklicken, liegen auch die Rückmeldungsraten meist deutlich über jenen von Briefen.
- Erfolg kann gemessen werden (welche Botschaft wird gelesen und welche nicht)

Bei interessanten Angeboten können zusätzliche Informationen blitzschnell per Mausklick abgerufen werden.

Um auch beim E-Mail-Marketing die richtigen Entscheidungen zu treffen und nicht als Spam-Versender zu enden, greifen auch hier viele kleine und mittelständische Unternehmen auf kompetente Dienstleister zurück.

---

## Im Folgenden finden Sie einige Informationsquellen zum Thema Online-Marketing

### Internet Angebote:

- Suchmaschinenverzeichnis des Bundesverbandes digitale Wirtschaft e. V. [www.bvdw-sem.de](http://www.bvdw-sem.de)
- Richtlinie für erwünschtes Online Direktmarketing des Verbandes der deutschen Internetwirtschaft e. V. (eco) [www.eco.de](http://www.eco.de) /Suche (Begriff "Online-Marketing" eingeben; Trefferliste mit Verlinkung erscheint)
- Interessante Übersichtsseite zum Thema Suchmaschinen [www.suchmaschinentricks.de](http://www.suchmaschinentricks.de)
- Alle Informationen über Suchmaschineneintrag, Suchmaschinen Optimierung, Suchmaschinen Anmeldung und Recherche finden Sie im Leitfaden für die Nutzung von Suchmaschinen. Die Broschüre wurde in Kooperation mit der EU-Initiative "klicksafe.de - für mehr Sicherheit im Internet" herausgegeben und kann kostenlos bei der Landesmedienanstalt über die E-Mail-Adresse [medienkompetenz@lfm-nrw.de](mailto:medienkompetenz@lfm-nrw.de) bestellt werden.
- 

### Literatur:

- Marius Dannenberg, Frank Wildschütz; *Online-Werbung. Werbekampagnen planen, umsetzen, auswerten*, 84 Seiten, BusinessVillage, Oktober 2004 ISBN: 3-934-42466-X
- Anja Förster, Peter Dr. Kreuz; *Offensives Marketing im E-Business. Loyale Kunden gewinnen - CRM-Potenziale nutzen*, 300 Seiten, Springer, Berlin, April 2002 ISBN: 3-540-43164-0
- Jörg Link; *Wettbewerbsvorteile durch Online Marketing - Die strategischen Perspektiven elektronischer Märkte*, 2., überarb. u. erw. Aufl. VII, 330 Seiten, 2000, Springer, Berlin ISBN 3-540-67072-6
- Torsten Schwarz; *Leitfaden Permission Marketing Werbung die ankommt*, 285 Seiten, Absolit Dr. Schwarz Consulting, September 2005 ISBN: 3-000-17034-0

*Dieses Merkblatt soll nur eine Information geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.*

**Wir bedanken uns bei der IHK Köln für die Bereitstellung!**