

# Neuigkeiten aus der Virtuellen Welt

## E-Marketing

**Die herkömmliche Form des Marketings zur Förderung des Absatzes von Produkten durch Anzeigen, Flyer oder auch Werbespots ist längst nicht mehr ausreichend. Selbst die im World Wide Web bisher bekannte Werbung in Form von Bannern ist längst nicht mehr so effektiv wie zu Beginn des Internets. Neue Entwicklungen des World Wide Web machen es möglich, dass Werbung nicht mehr gleich als solche zu erkennen ist.**

VON STEFANIE FEUCHT  
UND PROF. DR. GEORG HAUER

Die neue Variante, das sogenannte E-Marketing, liefert schnellere und genauere Informationen über die Zielgruppen, ermöglicht wechselseitige Kommunikation und das vor allen Dingen zu wettbewerbsfähigeren Preisen.

Das effektivste Medium des Direktmarketings sind E-Mails. Da sich das Internet sowohl bei Geschäfts- als auch bei Privatnutzern längst als Kommunikationsplattform etablierte, ist dieses Medium hervorragend für B2C (von Unternehmen zum Endkunden) oder B2B (von Unternehmen zum Unternehmen) einsetzbar. Ein weiterer Vorteil ist die Reduzierung des Streuverlustes. Neben der Zielgenauigkeit und Schnelligkeit bietet E-Marketing auch grenzenlose Erreichbarkeit, da es regional, national und international 24 Stunden pro Tag einsetzbar ist.

Des Weiteren werden häufig soziale Netzwerke genutzt, um Werbung in virusartiger Form zu verbreiten und um diese gleichzeitig zu steuern und zu kontrollieren. Die Weitergabe der Werbung durch Bekannte und/oder Freunde wird nicht als aufdringlich empfunden und oft auch nicht als solche auf den ersten Blick wahrgenommen. Neben dem Viralen Marketing gibt es auch weitere Formen wie zum Beispiel das Suchmaschinenmarketing. Das Ziel eines Werbenden in der heutigen Zeit ist nicht nur die alleinige Präsenz im Internet, sondern die Beachtung von möglichst vielen Internet-Anwendern innerhalb kürzester Zeit.

Die Studierenden des sechsten Semesters Betriebswirtschaft hatten im Rahmen der Veranstaltung Neue Medien/eBusiness von Prof. Dr. Georg Hauer im Sommersemester 2009 Gelegenheit selbständig eMarketing-Projekte zu bearbeiten. Insgesamt sieben Gruppen bearbeiteten Themen von der Suchmaschinenoptimierung der Webseite des Master-Studiengangs General Management, über die Schaltung von Suchmaschinenwerbung für diesen Master-Studiengang bis hin zum Web-Controlling dieser Maßnahmen. Andere beschäftigten sich mit den Möglichkeiten des eMarketings in sozialen Netzwerken bzw. im künftigen Web 3.0.

Highlight des Kurses waren sicher die beiden Projektgruppen die im Wettstreit untereinander Videos als Instrumente des Viralen Marketings für den

Master-Studiengang entwickeln sollten. Die Videos der beiden Projektgruppen „Bildung bringt's!“ ([http://www.youtube.com/watch?v=mL\\_b3Ync2mk](http://www.youtube.com/watch?v=mL_b3Ync2mk)) und „Pimp Your Career“ (<http://www.youtube.com/watch?v=vJRC4Zjbsqc>) wurden auf der Online-Video-Plattform YouTube sowie anderen Videoplattfor-

men wie clipfish oder myvideo, aber auch sozialen Netzwerken wie kwik.de veröffentlicht. Ziel beider Gruppen war es, möglichst viele Abrufe ihre Videos zu erreichen. Hierzu wurde zum einen per Email geworben, andererseits wurden soziale Netzwerke wie StudiVZ und Xing genutzt, um Aufmerksamkeit zu erregen. Im Ergebnis wurden in zwei Wochen 12.282 bzw. 5.265 Zuschauer registriert.

Zur Betreuung aller Projekte konnte Javier Salas, Geschäftsführer der iVeins GmbH, gewonnen werden. Er zeigte sich beeindruckt von den Projektergebnissen, die sich durchweg auf dem Niveau professioneller Projekte bewegten.

