

## **PRESSEINFORMATION**

### **Kaufentscheidungen werden im Netz getroffen**

Optimierung des Online-Marketings verspricht wachsenden Umsatz

Neuste Zahlen des Statistischen Bundesamtes belegen, dass die Nutzung des Internets für Online-Einkäufe weiter wachsen wird. Während im ersten Quartal 2007 66 Prozent der privaten Internet-User das World Wide Web zum Einkauf nutzten, waren es im 1. Quartal 2008 bereits 71 Prozent. Dennoch steigen die Unternehmensbudgets für das Online-Marketing nur langsam. Und das obwohl gerade Online-Marketing Maßnahmen sehr gut messbar sind.

Die wichtigsten Funktionen des Internets für deutsche Nutzer sind Online-Informationssuche und Veröffentlichungen im WEB 2.0. Laut Statistischem Bundesamt informieren sich 92 Prozent der deutschen Konsumenten vor einem Kauf im Internet. Über 80 Prozent nutzen Webseiten mit Preisvergleichen. Und Online-Shopping hat bereits einen Anteil von 79 Prozent an allen im Netz gebotenen E-Commerce-Möglichkeiten. Egal, ob es sich um die Buchung einer Reise, um größere Anschaffungen, Entscheidungen zu Finanzen oder der Gesundheitsvorsorge und Dienstleistungsangeboten geht, die Meinungen Dritter in Foren, Chats, Weblogs oder Wikis haben den größten Einfluss. Das Internet hat Zeitung und Fernsehen als Meinungsbildner bereits hinter sich gelassen.

In dieser gesellschaftlichen Nutzungsentwicklung liegen neue Chancen und ein bisher ungenutztes Online-Marketing Potential. Denn vor allem kleineren Unternehmen sind Anwendung und Möglichkeiten der Eigenwerbung im Internet meist noch fremd.

Durch die Wirtschaftskrise beeinflusst, werden die Konsumenten in den kommenden Monaten ihre Kaufentscheidungen bewusster treffen. Umfassende Informationen, zielgruppenbezogene Antworten, ein effektiver Mehrwert, Ehrlichkeit und Aufrichtigkeit sind nur einzelne Stichworte, die ein Unternehmensauftritt aufgreifen sollte. Eine trennscharfe Einteilung der Zielgruppen, eine messbare Zielsetzung und eine greifbare Positionierung im Web ermöglichen einen steigenden Online-Umsatz. Es gilt eigene Informationen übergreifend zu platzieren und Möglichkeiten zu nutzen, die Meinungsbildung der Konsumenten im Internet mitzugestalten. Denn je stärker der Nutzen einer Seite, desto höher ihr Einfluss auf den User. Dabei ist abzuwägen, auf welche der zahlreichen Internet-Marketing Möglichkeiten ein Unternehmen zugreift. Denn Podcasts, Weblogs, Newsletter, Affiliate-Marketing-Systeme, Virales Marketing oder Social Bookmarks eignen sich nicht für jeden. Neben der Wahl der Maßnahmen sollte Zeit und Budget für die Messung der Maßnahmen eingeplant werden. Denn in der Auswertung der Online-Marketing Maßnahmen, dem nachträglichen Nutzen, den Aufrufen und Klicks

**eMBIS GmbH, Blumenstr. 25, 85399 Hallbergmoos**

Ansprechperson für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

KommuStra, Kommunikations-Strategien Katrin Schneider

Am Schwimmbad 3a, 85356 Freising, 0179 - 14 39 233, [schneider@kommuStra.de](mailto:schneider@kommuStra.de)

## **PRESSEINFORMATION**

liegen bisher ungenutzte Potenziale. Durch die Umsetzung der Ergebnisse kann sich ein Unternehmen optimieren und Gewinn bringend im Markt platzieren.

Einführende Informationen zum Online-Marketing finden sich in zahlreichen Büchern oder im Internet. Detaillierte und individuelle Informationen bieten vor allem Online-Marketing Seminare. Seminarexperte Markus Bockhorni empfiehlt Kurse mit einer begrenzten Teilnehmerzahl. So besteht die Möglichkeit für den Kursleiter auf jeden Teilnehmer persönlich einzugehen. Dabei werden konkrete Marketing-Maßnahmen entwickelt, die jeder selbst Online umsetzen kann. Weiter Informationen zu Literatur und Seminaren finden Sie unter [www.embis.de](http://www.embis.de).

### **Haben Sie noch Fragen?**

Sie erreichen mich unter

Katrin Schneider

Mobil: 0179-1439233

E-Mail: [schneider@kommuStra.de](mailto:schneider@kommuStra.de)

**eMBIS GmbH, Blumenstr. 25, 85399 Hallbergmoos**

Ansprechperson für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

KommuStra, Kommunikations-Strategien Katrin Schneider

Am Schwimmbad 3a, 85356 Freising, 0179 - 14 39 233, [schneider@kommuStra.de](mailto:schneider@kommuStra.de)