

Alle gehen online – Doch wo gehen Sie hin?

Kaum eine Technologie hat die weltweite Medienlandschaft so grundlegend verändert, wie das Internet. Informationen aus den entferntesten Ländern können zu jeder Zeit in Bruchteilen von Sekunden verschickt oder empfangen werden. Der kommerzielle Warenaustausch lässt sich problemlos überregional gestalten.

Trotz der zahlreichen Vorzüge, die die modernen Internet-Technologien bieten, sollte man als Nutzer oder als Anbieter mit beiden Beinen auf dem Boden der Tatsachen bleiben. Die Nutzung des Internets ist mit laufenden Kosten (Telefon, Provider etc.) verbunden, die mit der Zeit, in der man im Netz „surft“ oder präsent ist, nennenswerte Beträge ergeben können. Diese Kosten werden in der Zukunft darüber bestimmen, wie stark sich das Internet in Deutschland im privaten und geschäftlichen Umfeld etablieren wird.

„Wer im Internet surft, kann nicht fernsehen!“. Diese Weisheit sollten sich all diejenigen zu Herzen nehmen, die sich darstellen oder Ihre Produkte verkaufen wollen. Die Möglichkeiten zu werben, werden zukünftig noch stärker im Internet wahrgenommen werden. Unternehmen, die noch nicht im Internet vertreten sind, sollten sich überlegen, ob sie auf die Werbepattform „Internet“ verzichten können oder wollen. Übertriebener Aktionismus ist jedoch völlig fehl am Platz. Vor einer Internetpräsenz sollte gründlich analysiert werden, ob mit dem Internetauftritt die Zielgruppe erreicht werden oder ob die angebotenen Produkte für einen überregionalen Markt geeignet sind. So macht es beispielsweise keinen Sinn, in ländlicher Umgebung Frischgemüse aus eigenem Anbau international vermarkten zu wollen. Auch die internen Unternehmensprozesse und die Mitarbeiter müssen darauf vorbereitet werden „international“ zu agieren. Nach der Klärung dieser grundlegenden Fragen, geht es an die Gestaltung und Veröffentlichung der Internetseiten. Da Studien gezeigt haben, dass Leser von Internetangeboten vor allem kurzgefasste Informationen suchen, gilt es eine ausgewogene und qualitativ ansprechende Mischung

aus optischen (akustischen) Reizen und Informationsvermittlung zu finden.

Doch mit der Veröffentlichung des Internetauftritts ist der Weg zum Erfolg noch lange nicht beendet. Denn jetzt heißt es die potentiellen Interessenten auf sich und sein Internetangebot aufmerksam zu machen. Trotz aller Erwartungen muss sich jeder Anbieter im Internet bewusst sein, dass von alleine Nichts geschieht! Einträge in den zahlreichen Suchmaschinen sind ein Muss, doch ersetzen sie nicht die klassischen Marketingwerkzeuge, wie Anzeigen, Mailings oder Direktwerbung. Hohe Besucherzahlen auf den Internetseiten sind erfreulich, doch erst die Kontaktaufnahme oder ein Geschäftsabschluss sind ein Maß für den Erfolg im Internet.

Ein Vorteil der geschäftlichen Internetpräsenz wird sehr schnell deutlich: Die Menge des Informationsmaterials, das den möglichen Kunden zugeschickt werden muss, lässt sich um mehr als 60 % vermindern, was nicht nur einen aktiven Beitrag für den Umweltschutz darstellt, sondern auch die Werbekosten reduziert.