

## Online Marketing

### Was ist Online Marketing?

Unter Online Marketing versteht man alle Marketing-Maßnahmen im Internet. Aufgrund der immer stärker werdenden Verknüpfung von Offline und Online Marketingtechniken und der großflächigen Verbreitung von internetfähigen, [mobilen Geräten](#), verschwimmen die Grenzen zwischen klassischem, „Offline“ Marketing und Online Marketing. Ziel des Online Marketings ist es, mehr Internetnutzer auf eine Webseite zu bringen. Dies wird erreicht bspw. durch Suchmaschinenmarketing, wie [SEO](#), also [OnPage](#) und [OffPage](#) SEO, als auch [Social Media Marketing](#) oder [Content Marketing](#).

### Klassische Disziplinen des Online Marketings

- **Bannerwerbung.** Banner zu Angeboten werden auf der Webseite eingebunden, in der Regel am Rand oder oben auf der Seite. Diese können die Form von Text und Bilder, aber auch Videos oder Gifs haben.
- **E-Mail Marketing.** Ähnlich wie Bannerwerbung, werden per E-Mail Angebote und Leistungen versendet, mit dem Ziel, den Leser auf das Angebot aufmerksam zu machen und ihn zum Besuche der Seite zu animieren.
- **Affiliate Marketing.** Ein kommerzieller Anbieter (Merchant) vergütet seine Vertriebspartner (Affiliates, engl von „affiliate“, „angliedern“) wenn auf den Seiten der Vertriebspartner Internetnutzer auf die Werbung oder den Banner des Anbieters klicken und einen Kauf bei diesem ausführen.
- **Suchmaschinenoptimierung (SEO):** SEO beinhaltet alle Maßnahmen, die die Sichtbarkeit einer Webseite in den Suchmaschinen erhöhen sollen. Ziel ist es, mit möglichst vielen und passenden [Keywords](#) in den ersten Positionen der [SERPs](#) zu erscheinen um so mehr Besucher auf die Webseite zu bekommen.
- **Suchmaschinenmarketing (Search Engine Marketing, SEM).** Bezeichnet alle Maßnahmen, die das Ranking einer Seite in den Suchergebnissen von Suchmaschinen verbessern oder mehr Nutzer auf eine Webseite bringen sollen. Zu SEM gehört die Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization, SEO) und Suchmaschinenwerbung (Search Engine Advertising, SEA).
- **Mobile Marketing.** Aufgrund der immer stärkeren Verbreitung mobiler Geräte, wächst der Markt für Mobile Marketing stark. Dies liegt auch an der besseren Personalisierbarkeit der Werbung, da sehr viele Daten über ein Nutzerprofil, bspw. durch Geodatendienste, Webseitenaufrufe, oder Apps, gesammelt werden können. Dadurch lassen sich über eine große Menge an Nutzern

hinweg, Nutzerprofile- und Gruppen identifizieren und entsprechend den gesammelten Daten, gezielt Werbung schalten. Allerdings wird die Werbung über große Schnittmengen an Nutzerprofilen geschaltet, auf die eine bestimmte Verhaltenskategorie zutrifft („alle Nutzer in Region X“, alle „Nutzer die Fan einer bestimmten Seite sind“, etc.). Eine wirklich individualisierte Werbung, die auf das Profil eines einzelnen Nutzers angepasst ist, muss ihre Effektivität im Hinblick auf die für die Erstellung individueller Nutzerprofile eingesetzten Ressourcen noch beweisen (Stand Mai 2014).

- **Video Marketing.** Als günstige Alternative zu Kino- oder TV-Werbung, bietet Videomarketing mehrere Vorteile: Ist das Video erstellt, lässt es sich relativ einfach und ohne zusätzliche Kosten auf verschiedenen Plattformen (Youtube, Vimeo, MyVideo, etc.) einstellen. Die Reichweite dieser Portale ist zum Teil höher als Werbung im TV, besonders aber können Zielgruppen genauer und effektiver bedient werden. Ist ein Video auf einer Webseite eingebunden, kann dieses die Verweildauer der Besucher verlängern, was u.U zu einem besserem Ranking der Webseite führt. Mit klickbaren Einblendungen im Video, etwa zu einer Webseite oder einem Voting, lässt sich die Nutzerinteraktion steigern.

## Quellen

**Online-Vermarkterkreis im BVDW:** *Werbeformen.* In: <http://www.werbeformen.org/>.

**Wikipedia:** *Online Marketing.* In: <https://de.wikipedia.org/wiki/Online-Marketing>.