

# Wie fischt man Kunden aus dem Internet im Jahr 2009?

**NEUAUFLAGE** Mit der dritten Auflage des Buchs «Wie fischt man Kunden aus dem Internet» setzt Autor und Internet-Pionier Jörg Eugster neue Akzente und berücksichtigt die aktuellen Entwicklungen in der Branche. Interview mit dem Online-Experten, Schulungsspezialisten und Buchautor zur Neulancierung.

VON JAROMIR LÖFFLER

**MK** Warum das neue Buch?

**JÖRG EUGSTER** Als wir im Dezember 2004 die erste Auflage herausgaben, war Online-Marketing noch ein Tummelfeld für Pioniere und Online Freaks. Doch schon drei Jahre später brachte der Verlag die 2. Auflage mit doch beachtlichen 11 000 Exemplaren heraus, weil die erste Auflage vergriffen und die Nachfrage hoch war. Nun sind wir wieder bei diesem Punkt angelangt, wo wir den Leserinnen und Lesern eine neue, überarbeitete Auflage präsentieren möchten.

**MK** Warum gerade jetzt?

**EUGSTER** Gerade jetzt ist der richtige Zeitpunkt, denn der Stellenwert von Online-Marketing steigt in der Krise stärker denn je. Mit knappen Mitteln wollen die Auftraggeber heute klare Transparenz über die Erfolge der Werbeinvestitionen. Hier bietet Online-Marketing echte Mehrwerte. Online-Marketing gewinnt zudem generell im Zeitalter von YouTube, Facebook und Twitter an Bedeutung. Nicht nur unser Kommunikationsverhalten verändert sich laufend. Es stehen derzeit weltweit viel mehr Handys als PCs im Einsatz. Facebook hat derzeit über 200 Mio. User, was der Bevölkerung von Brasilien entspricht. In der Krise im Juni 2009 in Iran war Twitter fast der einzige Kommunikationskanal, der sich durch die Regierung nicht kontrollieren liess. Blogs sind in der virtuellen Welt nicht mehr wegzudenken und sie ergänzen die journalistische Welt. Seminare finden immer mehr online statt und werden neu Webinare genannt. Wir leben in turbulenten Zeiten, wo auch das Internet einen grossen Beitrag zu dieser Veränderung beiträgt.

**MK** Wo steht die Branche?

**EUGSTER** Online-Marketing hat sich mittlerweile auf einer breiten Basis durchgesetzt. Mehrere internationale und nationale Studien und viele Praxisbeispiele belegen, dass Online-Marketing wirkt. Da Online-Marketing auch einige wenige technische Kenntnisse voraussetzt, wird es leider immer noch von Marketingfachleuten lieber aus der Distanz beobachtet als angewandt. Doch weiss man inzwischen, dass man um E-Commerce und Online-Marketing einfach nicht herumkommt. So haben nun Weiterbildungsanbieter und Webagenturen eine unheimliche Nachfrage nach Weiterbildungsveranstaltungen und Dienstleistungen im Online-Bereich. Die Zahl der Online-Werbevermittler nimmt laufend zu und der Wettbewerb verschärft sich auch hier zunehmend.

**MK** Was braucht es jetzt?

**EUGSTER** Die Online-Welt verändert sich immer noch rasend schnell. Während in der ersten Auflage noch Themen wie Bannerwerbung, E-Mail- und Suchmaschinen-Marketing dominierten, sind es heute Themen wie Facebook und Twitter, welche die Leute interessieren. Inzwischen



Jörg Eugster

## Weitere Informationen zum Werk

Das Buch «WIE FISCHT MAN KUNDEN AUS DEM INTERNET» wird von der Rheintaler Druckerei und Verlag AG, Berneck, in Zusammenarbeit mit Jörg Eugster herausgegeben, als Beilage zu «Marketing & Kommunikation». © 2009 by Jörg Eugster. ISBN 978-3-033-01266-0

Preise:

1 Ex. CHF 35.00/Stck. 2-5 Ex. CHF 29.00/Stck.

6-10 Ex. CHF 25.00/Stck. Ab 11 Ex. CHF 19.00/Stck.

Preise exkl. MwSt. und Versandkosten



sind Web 2.0 und Social Media Marketing sehr aktuelle Themen. Trotzdem sollte man nicht die inzwischen «klassischen» Online-Marketing-Themen vernachlässigen. Oft fokussiert man sich auf Modetrends, welche von den Massenmedien gerne aufgegriffen werden, und vergisst dabei die wichtige Basisarbeit.

**MK** Welche Veränderungen prägen das neue Werk?

**EUGSTER** Neu ist in der vorliegenden 3. Auflage ein Kapitel den strategischen Überlegungen im Online-Marketing gewidmet. Ebenso wird die zunehmende Bedeutung von Affiliate-Marketing gewürdigt, welches Performance-Marketing auf der einen Seite und auf der anderen ein Geschäftsmodell für die Website darstellt. Social Media Marketing, als neue Domäne des Online-Marketings, findet in einem eigenen Kapitel die entsprechende Würdigung.

**MK** Warum die neuen Akzente?

**EUGSTER** Bisher wurden nur einzeln die Online-Marketing-Instrumente v.a. auch einzeln betrachtet und oftmals sogar noch gegeneinander ausgespielt. Es gilt aber, Online-Marketing als Ganzes in die Vermarktungsstrategie aufzunehmen und als einen ergänzenden Kanal in den Marketing-Mix einzuplanen. Nur dann ist man wirklich erfolgreich. Beim

Social Media Marketing geht es darum, den neusten Entwicklungen Rechnung zu tragen.

**MK** Welche Innovationen machen sich bemerkbar?

**EUGSTER** Für mich liegen die grössten Innovationen der letzten beiden Jahre seit der 2. Auflage in der Website-Entwicklung. Immer mehr werden Kampagnen im Web verlängert, denn hier sind die Grenzkosten für jede weitere «Sendeminute» unbedeutend im Gegensatz zu den klassischen Medien. Das Internet ist unglaublich kreativ geworden, und die Interaktion ist oftmals spielerisch und unterhaltsam zugleich.

**MK** Welchen Nutzen darf der Leser erwarten?

**EUGSTER** Wenn Sie dieses Buch gelesen haben, dann haben Sie die Grundlagen und ein grundsätzliches Verständnis, damit Sie in Verhandlungen mit Anbietern viel kompetenter und selbstbewusster auftreten können. Ebenso wird es Ihnen nicht erspart bleiben, selber eigene Erfahrungen zu sammeln. So wie bei anderen Medien werden auch Sie mit Online-Marketing Geld in falsche Massnahmen investieren. Doch mit zunehmender Erfahrung wird es Ihnen gelingen, immer zielgerechtere und erfolgreichere Massnahmen zu lancieren. ■