

# ZT WIRTSCHAFT

## Marketing mit dem Medium Internet – heute untrennbar verbunden

Die Begriffe Internet- und Online-Marketing sind fester Bestandteil des Marketing-Mix und gewinnen weiter an Bedeutung. In diesem Artikel gibt Software-Entwickler und Webdesigner Thomas Burgard einen fundierten Einstieg über die Möglichkeiten und Nutzung des Internet- und Online-Marketing für Dentallabore.



### Einführung

Durch die rasante technologische Entwicklung hat das Internet in sage und schreibe knapp 15 Jahren nun fast alle Bereiche eines Unternehmens durchdrungen, insbesondere den Bereich Marketing. Man kann sagen, dass für die meisten Unternehmen die Plattform Internet mit den dazugehörigen Diensten mittlerweile die wichtigste Kommunikationsform mit dem Kunden darstellt, ohne allerdings die klassischen Kommunikationsformen und Marketinginstrumente zu ersetzen. Die neuen Marketinginstrumente auf der Plattform Internet lauten „Internet- und Online-Marketing“.

Ein wesentlicher Beitrag zum Marketingserfolg des Internets stellt die Möglichkeit der Interaktion mit den Kunden dar. Das amerikanische Softwareunternehmen Google hat mit seiner intelligenten Suchmaschine und Unternehmens-Applikationen wie z. B. AdWords/AdSense, Analytics und GoogleMaps das Internet regelrecht revolutioniert. Unternehmen können mit den Google-Applikationen die eigenen Internetauftritte kundenorientiert optimieren und die Marketinginitiativen stärken. Laut einiger Institute wächst der Internet-Werbemarkt weiterhin überproportional und bedeutet gerade für Kleinunternehmen Handlungsbedarf.

Kleine Unternehmen bis hin zu großen Konzernen benötigen heute das Internet als Plattform für Marketingmaßnahmen und „E-Commerce-Lösungen“. Mittlerweile wird ein Großteil des Handels, der Werbung und der Kundengewinnung bzw. Kundenbindung online abgewickelt. Tendenz steigend. Der Gesamt-Marketing-Mix ist also um die Komponenten Internet- und Online-Marketing-Mix erweitert.

### Die Funktionen des Internets für Unternehmen

Zunächst muss geklärt werden, welche Funktionen das Internet für Unternehmen erfüllen kann. Gerade für den Einsatz im Marketing müssen die folgenden Internetfunktionen bekannt sein:

- Kommunikations-Plattform (E-Mail, IP-Telefonie, Chat, Foren, Weblogs usw.)
- Plattform für die Unternehmenspräsentation (z. B. Website des Unternehmens)
- Plattform für die Markenwerbung
- Plattform für den Vertriebskanal
- Abgrenzung zu den Konkurrenten in der Branche
- Plattform für Beschaffungsmarketing
- Plattform für die Kundenbindung (z. B. Newsletter).

Die aufgezählten Internetfunktionen haben in den letzten Jahren, gerade durch den flächendeckenden Ausbau von Hochgeschwindigkeitsanschlüssen wie DSL, für Unternehmen und insbesondere für Kleinunternehmen massiv an Bedeutung gewonnen. Der Grund liegt in den (im Vergleich zu anderen Medien und bei bestehender IT-Infrastruktur) geringeren Kosten, der Möglichkeit der direkten Interaktion mit den potenziellen Kunden und der Multimedia-Fähigkeit. Jedoch müssen gerade kleinere Unternehmen beim Einsatz von Internet-Marketing auf höchste Effizienz achten; außerdem sollten die Kosten gering bleiben.

### ANZEIGE

**www.sds-meisterschulung.de**  
 Typisch...  
**SDS**  
 berufsbegleitende  
**Meisterprüfungsvorbereitung**  
 Fon: 08083 613  
 mail: info@sds-meisterschulung.de

Dem Internet-Marketing-Betreiber werden also gute Kenntnisse der multimedialen Kommunikationsplattform Internet mit deren Funktionen und entsprechendem Einsatzgebiet abverlangt. Des Weiteren darf der Internet-Marketing-Betreiber die rasante Entwicklungsge-

schwindigkeit der Internet-technologie nicht außer Acht lassen. Zu schnell könnten sich sonst Geschäftsnachteile durch veralteten Technologieeinsatz ergeben. Als Beispiel sei hier Webdesign für die Unternehmens-Website genannt. Immer schneller kommen hier Technologien wie

zentraler Bestandteil des Internet-Marketing ist die eigene Unternehmens-Website.

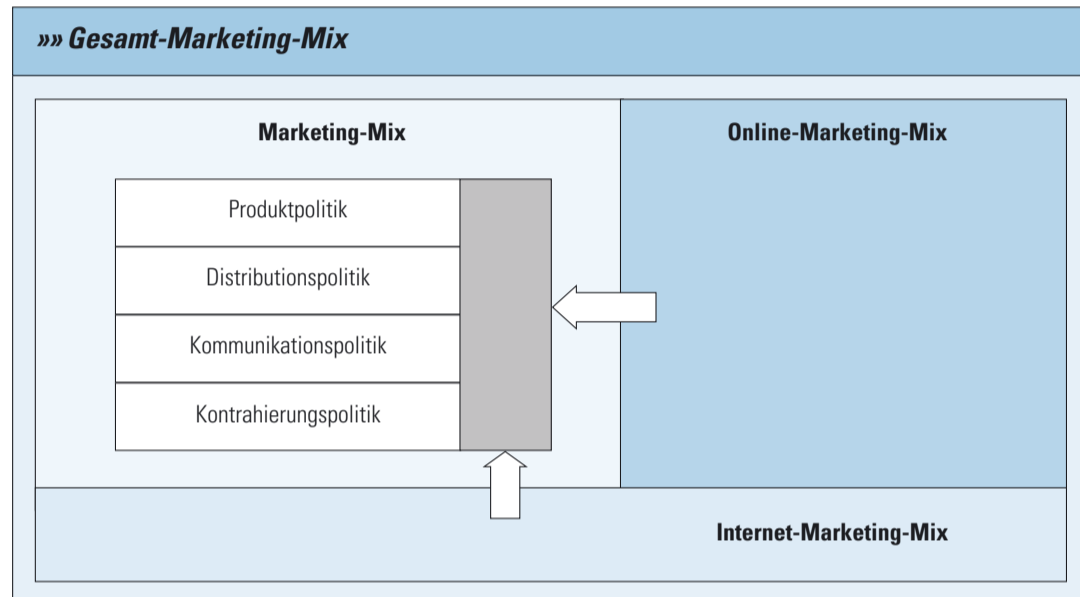
Online-Marketing: Das Online-Marketing beschreibt alle Maßnahmen, die darauf abzielen, die Benutzer auf die eigene Unternehmens-Website zu lenken. Daraus soll

besteht aus den Phasen Situationsanalyse, Planung, Durchführung und Kontrolle bzw. Rückkopplung. Der OMP ist ein permanenter Prozess und stößt sich immer wieder von Neuem an, außerdem sollte er schriftlich oder elektronisch dokumentiert werden. Für das Internet- und

zester Zeit die drei „W“ beantworten: *Wer bietet Wem Was?* Nicht zu vergessen ist noch das vierte W: *Wo finde ich was?* Der Besucher auf der Website beurteilt in Sekunden, ob sich der Besuch für ihn auch gelohnt hat. Das bedeutet, dass die erste Seite der Website, genannt Homepage, entscheidend zum Erfolg beiträgt. Eine Unternehmens-Website als erfolgreiches Marketinginstrument muss viele entscheidende Punkte beachten:

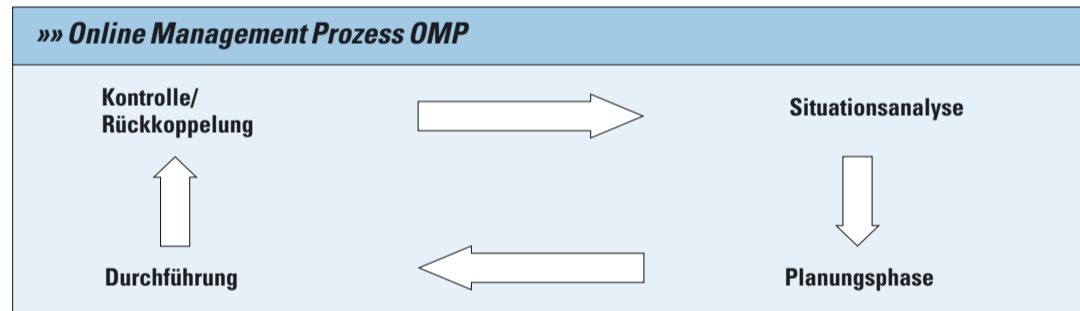
- Einhaltung von Standards bei der Erstellung des Internetauftritts (z. B. Trennung von Design und Inhalt mittels Einsatz von „Cascading Style Sheets“, CSS)
- Klar strukturiertes Design der Webseiten (unbedingte Beachtung der Regeln des Webdesigns)
- Corporate Design und Corporate Identity beachten
- Beschreibung des Leitfadens des Unternehmens
- Vorhandensein eines Nutzens bzw. Mehrwerts für die Zielgruppe(n)
- Herausstellen der Marke(n)
- Gut strukturierter und aussagefähiger Inhaltstext
- Genügend Querverlinkungen
- Aussagefähige Überschriften
- Schnelle Ladezeiten
- Vorsichtige Auswahl verwendeter Grafiken und Logos (nicht zu viele Grafiken verwenden)
- Gewährleistung der Benutzerfreundlichkeit, z. B. gute Orientierung und einfache Navigation
- Vorhandensein von Suchfunktion und Sitemap (bei größeren Internetauftritten)
- Im Gesundheitswesen sollte das Thema „Barrierefreiheit“ für einen benutzerfreundlichen Zugang berücksichtigt werden (Farbkontraste, veränderbare Schriftgrößen, „Skipnavigation“, flexible Layouts und vieles mehr ...)
- Druckfähigkeit der Webseiten
- Verwendung eines CMS – „Content Management System“ (bei größeren Websites)
- Optimierung der Website für Suchmaschinen (z. B. Google)
- Formalien wie Impressum, Datenschutz und Haftungsausschluss.

Abschließend kann gesagt werden, dass eine Unternehmens-Website einen individuellen Eindruck des Unternehmens widerspiegelt und als Marketinginstrument verhältnismäßig kostengünstig ist. Gerade in der Dentalbranche werden Patienten künftig häufiger im Internet vergleichen und somit indirekt zum Erfolg des Unternehmens beitragen. Bedingt durch die Globalisierung gewinnt die Internetpräsenz als Marke-



Internet- und Online-Marketing im Gesamt-Marketing-Mix.

(Quelle: Thomas Burgard/Grafik: Oemus Media AG)



Der Online Management Prozess.

(Quelle: Thomas Burgard/Grafik: Oemus Media AG)

z. B. CSS (Cascading Style Sheets), Flash, Barrierefreiheit, Web 2.0, PHP, JavaScript usw. zum Einsatz und lassen länger nicht angepasste Websites sehr schnell technologisch veralten.

### Was bedeutet Internet- und Online-Marketing?

In der Fachliteratur werden die Begriffe Internet- und Online-Marketing oft nicht getrennt, was jedoch falsch ist. Das Internet stellt die Plattform für die unterschiedlichsten Dienste zur Verfügung. Für das Marketing ist die effektive Nutzung der einzelnen Dienste von zentraler Bedeutung. Im Folgenden werden beide Begriffe voneinander abgegrenzt und separat beschrieben.

Internet-Marketing: Hier werden die Internetdienste (z. B. WWW, E-Mail, FTP etc.) zielorientiert für das Marke-

dann ein direktes oder indirektes Geschäft resultieren.

### Internet- und Online-Marketing im Marketing-Mix

Der einfache vierteilige Marketing-Mix (auch „Vier-P-Marketing-Mix“ genannt) besteht aus den Bereichen

1. **Product** (Produktpolitik)
2. **Place** (Distributionspolitik bzw. Vertrieb)
3. **Promotion** (Kommunikationspolitik)
4. **Price** (Kontrahierungs- bzw. Preispolitik).

Internet- und Online-Marketing sind Bestandteile des Gesamt-Marketing-Mix, beeinflussen den vierteiligen Marketing-Mix.

Bevor Marketing-Aktivitäten gestartet werden, müssen sich Dentallabore eine genaue Marketingstrategie erarbeiten. Dabei hilft der sogenannte „Online Management Prozess“ (OMP). Der OMP

Online-Marketing ist allerdings jeweils ein eigener OMP zu erstellen.

### Internet-Marketing

Zentraler Bestandteil des Internet-Marketings ist die unternehmenseigene Internetpräsenz bzw. Website. Die Website stellt das Zentrum aller Aktivitäten dar. Das Ziel ist immer, die unterschiedlichen Online-Marketinginstrumente geschickt und clever so einzusetzen, dass letztendlich Besucher auf die Website gelenkt, dort gebunden und zu Käufern gemacht werden. Eine Website kann für ein Unternehmen u. a. folgende Ziele haben:

- Präsentation des Unternehmens
- Markenwerbung und Unterstützung der Markenpflege
- Direkte und indirekte Neukundengewinnung
- Kundenbindung
- Ansprechen bestimmter Zielgruppen
- Erweiterung der Kommunikationsmöglichkeiten
- Verkürzung von Kommunikationswegen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Erweiterung und Verbesserung des Service-Angebots
- Verkürzung von Lieferzeiten der Produkte.

Was muss bei der Erstellung der Website berücksichtigt werden? Prinzipiell sollte die Website dem Besucher in kür-

