

# **Vorwort zur 1.Auflage**

## **des Handbuchs**

### **Online-Marketing. Werbeformen im Internet.**

Heute können wir auf fast 50 Jahre Geschichte – von der Entstehung bis zur heutigen Entwicklung – des Internets zurückblicken. Und obwohl das Internet erst in den letzten zwei Jahrzehnten endgültig seinen Siegeszug um die Welt angetreten hat, ist es in Deutschland sowie in den übrigen Industrienationen lange schon in aller Munde. Und mehr noch! Für die Wirtschaft ist es nicht nur ein Muss, sondern vielmehr schon eine Pflicht, auch im Internet präsent zu sein. Wer Telefon hat, der muss auch Internet haben. Und wer Internet hat, der muss auch eine Homepage haben.

Warum aber kann eine Website zum Erfolgsfaktor einer Unternehmensbilanz werden? Nun, wer ein Gewerbe betreibt, der möchte auch gefunden werden. Wohl kaum ein Unternehmer wird es sich schließlich leisten wollen, ein Geschäft zu führen, ohne seine Waren und Dienstleistungen anzubieten. Während der Kaufinteressent früher überwiegend ein Branchenverzeichnis oder eine Zeitungsanzeige nutzte, um einen Anbieter zu finden, sucht und vergleicht er heute im Internet. Und er findet! Und wenn nicht SIE, dann Ihre Konkurrenz!

Vor einigen Jahren sprach man in Verbindung mit der Homepage noch von der „Visitenkarte im Internet“. Man meinte damit eine einzelne Firmenseite im Internet, die mit Adresse und Logo versehen die Innovationsfreudigkeit mit der Befürwortung der neuen Medien zum Ausdruck bringen sollte. Inzwischen allerdings ist die schnelllebige Entwicklung des Internets vorangeschritten. Und die Anforderungen an eine Internetpräsenz sind deutlich gestiegen. Es gilt nicht mehr alleine präsent zu sein, sondern unter hunderten oder gar tausenden Mitbewerbern aufzufallen. Dabei spiegelt sich die Gegenwart in Transparenz, Kundensicherheit, zielgruppengerechte Vermarktung, Online-Kommunikation, Aktualität und Interaktivität wider. Das sind im Groben nur einige Ziele, die ein Homepage-Betreiber heute ver-

folgen kann, um gewinnbringend und konkurrenzfähig zu bleiben. Dafür bieten sich sowohl für den ambitionierten Einsteiger als auch für den semiprofessionellen Webmaster viele Lösungen auch für den kleinen Geldbeutel an. Und diese erfolgsorientierten, aber auch weitergehende und teils praxisnahe Erfahrungen, möchte ich Ihnen in diesem Werk versuchen weiterzugeben.

Obwohl dieses Buch vor Herausgabe ständig auf größtmögliche Aktualität angepasst wurde, sind Veränderungen gerade im Medium Internet nahezu ruhelos spürbar. Es ist daher für jeden Handelnden dringend empfehlenswert, parallel zu diesem Werk die Erkenntnisse mit aktuellen Fachzeitschriften oder durch Nachforschung in einem der unzähligen Internet-Suchdienste zu ergänzen. In diesem Buch ist der Einfachheit halber mehrfach vom „Webmaster“, vom „Homepage-Betreiber“ oder beispielsweise vom „Marketingverantwortlichen“ die Rede. Selbstverständlich bezieht sich der Autor damit gleichfalls auf die Frauen, die ebenso entscheidende Rollen in der Wirtschaft einnehmen, wie Männer. Der Autor ist sich des Umstands bewusst, dass Kinderkrankheiten innerhalb eines Erstausgabewerkes unvermeidbar sind. Für Hinweise und Verbesserungsvorschläge aber auch für Kommentare schreiben Sie gerne an den Verlag.

Hanau, im Juni 2005  
Stefan G. Höhn