

# Webkonzeption I - Der Internetauftritt Online Marketing Strategie

BFI Wien, 27.05.2014



## Veronika, das bin ich....

Seit 15 Jahren im Marketing, Online Marketing,  
Portalmanagement, Projektmanagement

Privat eine Hobby Kräuterhexe, die in Wolkersdorf wohnt und  
verheiratet ist.

### **Ein wenig genauer:**

- Handelswissenschaften an der WU-Wien
- MBA in Marketing Management an der Kepler Uni Linz
- Jetzt gerade – Online Media Marketing an der Donau-Uni Krems

### **Meine Arbeitsstationen:**

- RZB – New Media Marketing
- A1 – Portal Management, Innovations Produktmanagement,  
Strategisches Marketing, Service Design
- Immobilien.net – COO, Marketing & Sales



[Veronika.a.geyer@gmail.com](mailto:Veronika.a.geyer@gmail.com)



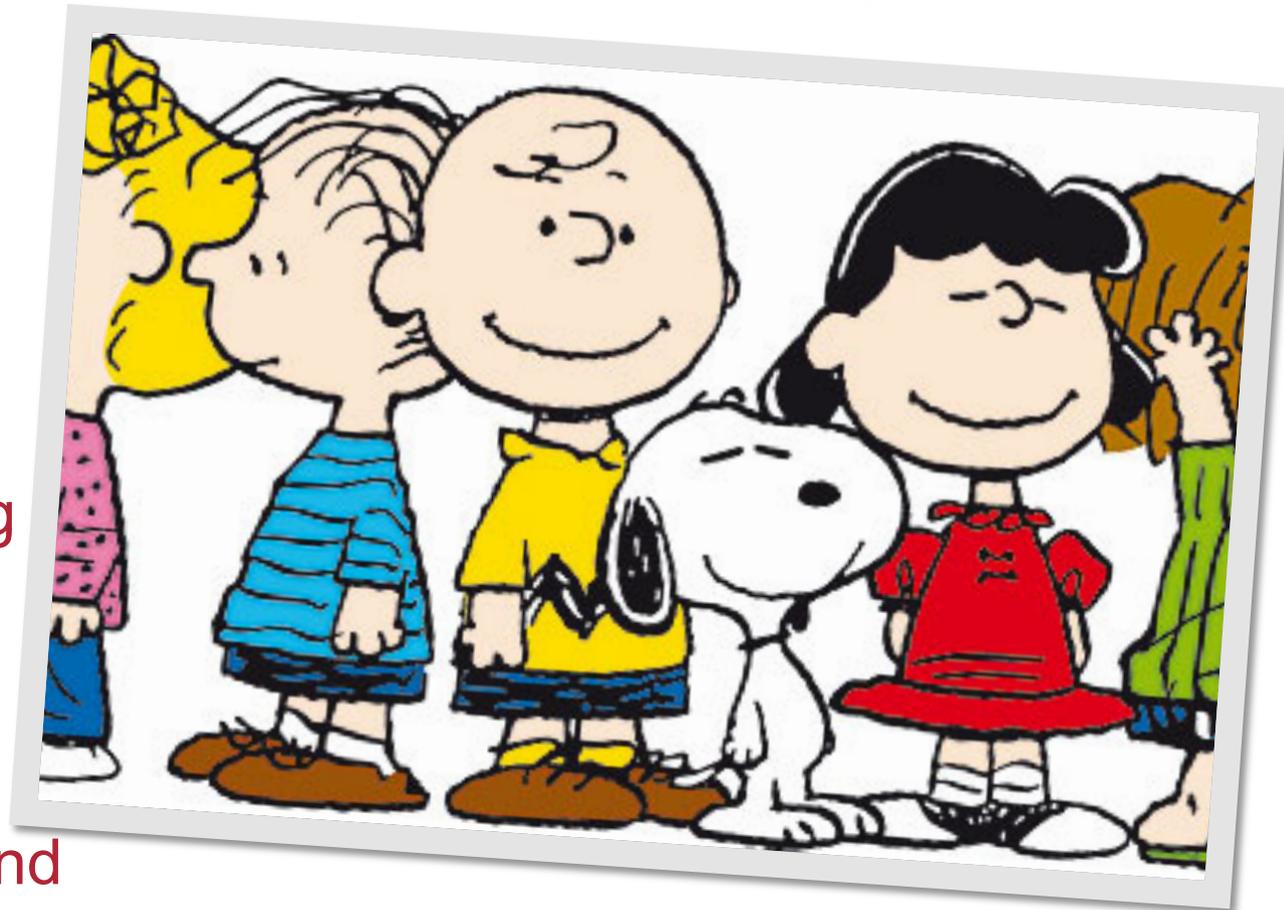
[www.kraeutergenuss.at](http://www.kraeutergenuss.at)  
[Facebook.com/kraeutergenuss](https://Facebook.com/kraeutergenuss)

Wer seid ihr?

Was macht ihr?

Habt ihr Marketing  
Erfahrung?

Hatte schon jemand  
Berührungspunkte mit  
Online Marketing?





## Das haben wir heute vor

08:30h bis 9:00h – Vorstellungsrunde

09:00h bis 09:45h - So wird das Internet genutzt.

09:45h bis 10:00h – Pause

10:00h bis 11:00h – Die wichtigsten Begriffe des Online Marketings

11:00h bis 11:10h – Pause

11:10h bis 12:30h – Geschäftsmodelle im Internet – Online Marketing Strategie

# So wird das Internet genutzt



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

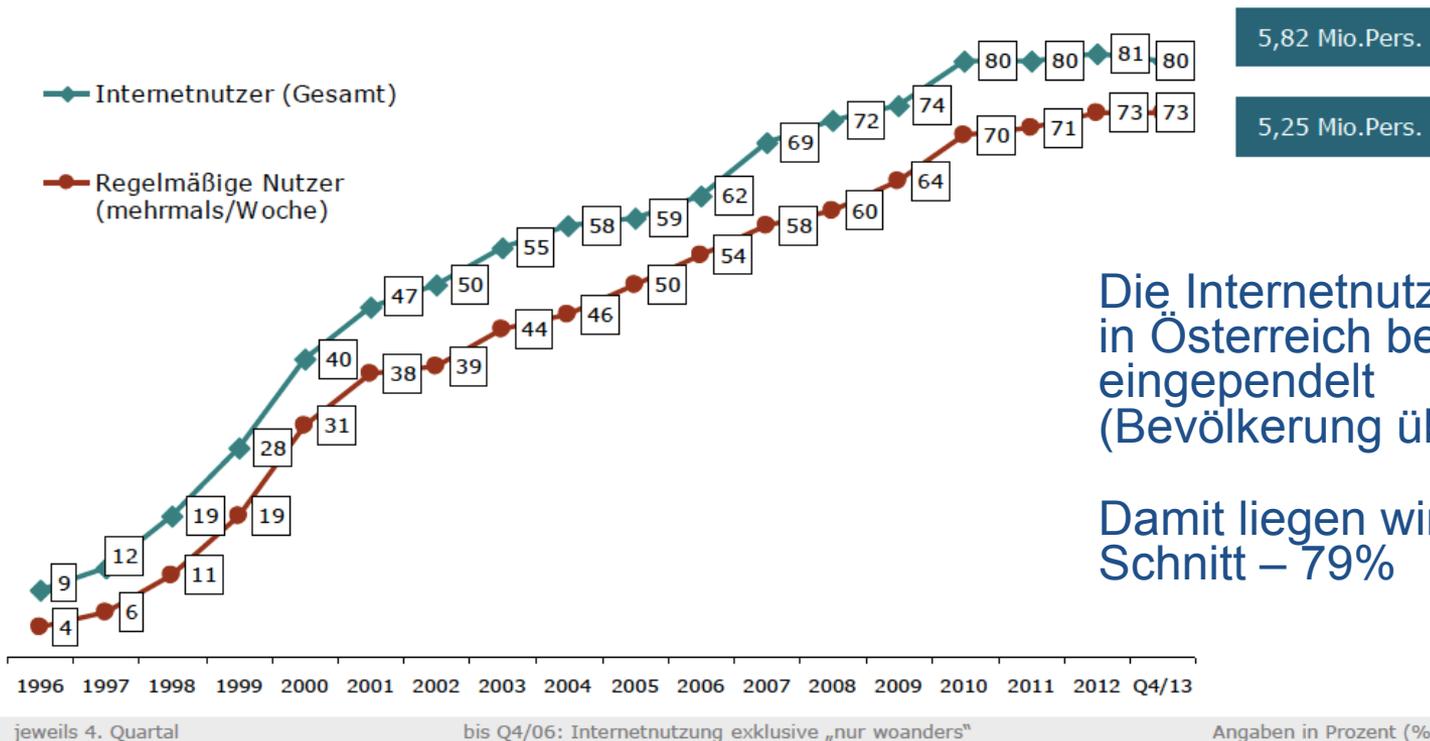
## Die beste Quelle für Österreich: AIM – Austrian Internet Monitor – [www.integral.co.at](http://www.integral.co.at)



### Internet-Nutzung seit 1996

Frage 14

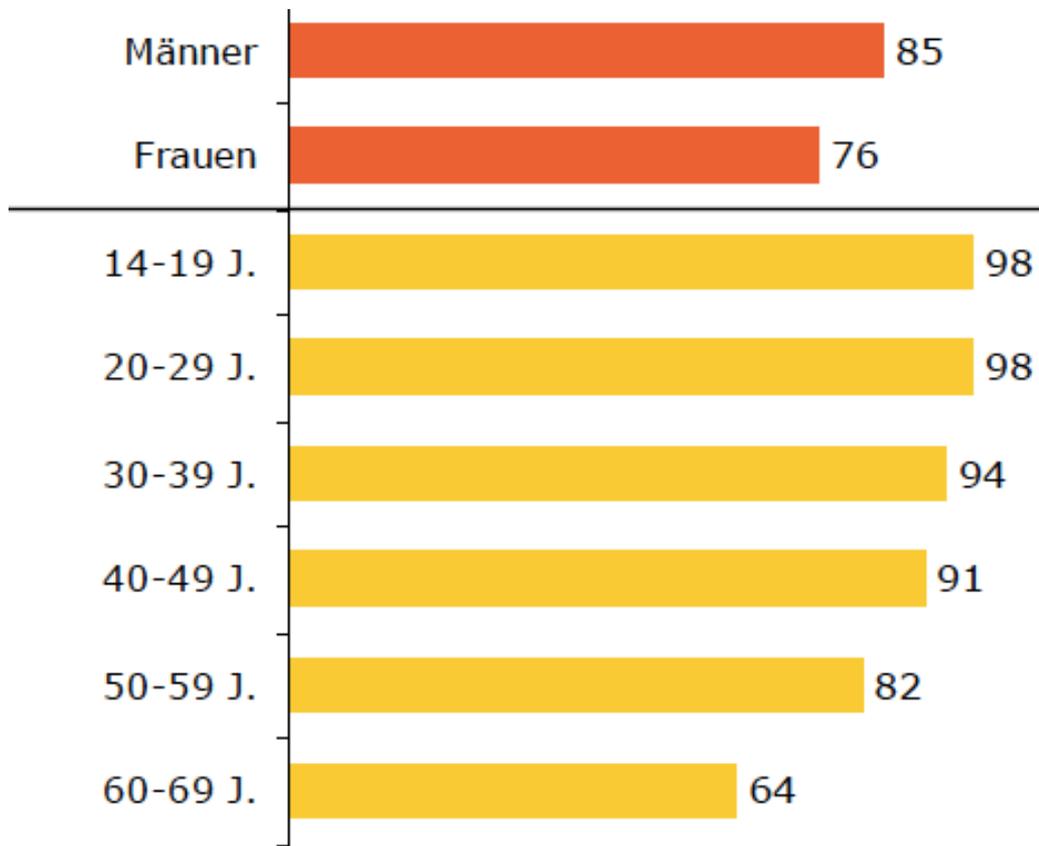
Basis: Alle Befragten



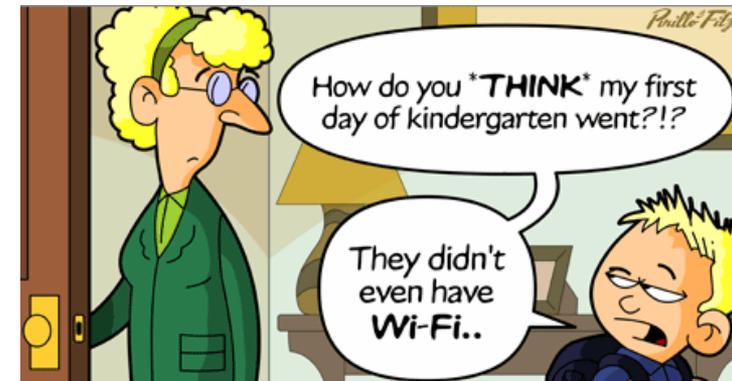
Die Internetnutzung hat sich in Österreich bei ca. 80% eingependelt (Bevölkerung über 14 Jahre)

Damit liegen wir im EU Schnitt – 79%

## Ein wenig mehr Männer als Frauen nutzen das Internet



Bei den 14-29 Jährigen liegt die Nutzung fast bei 100%

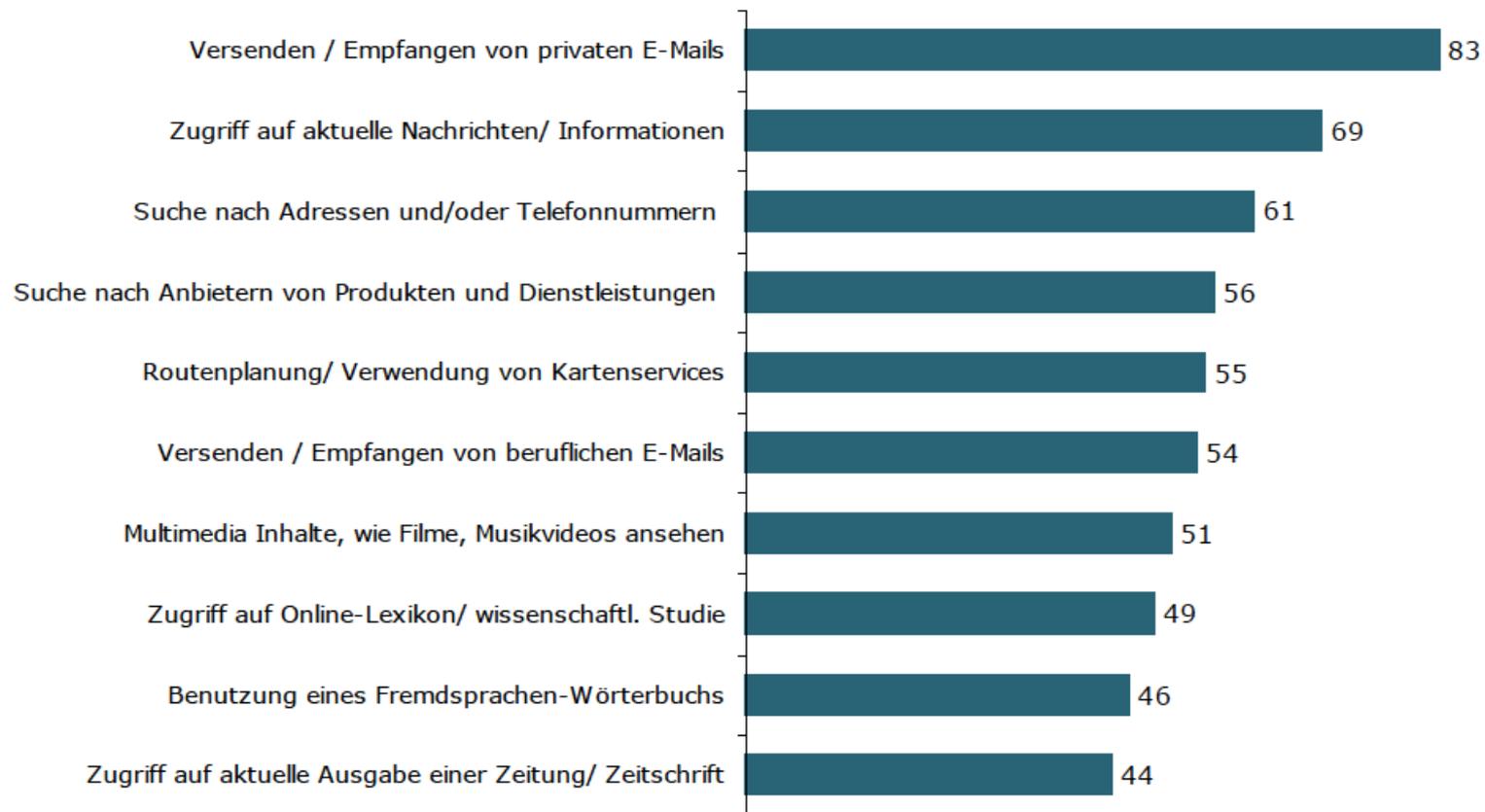


# Die Top 10 Nutzungsgründe



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

## Versenden und Lesen von Emails ist nach wie vor die wichtigste Nutzung des Internets



Angaben in Prozent (%)

## Ein paar weitere Fakten



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

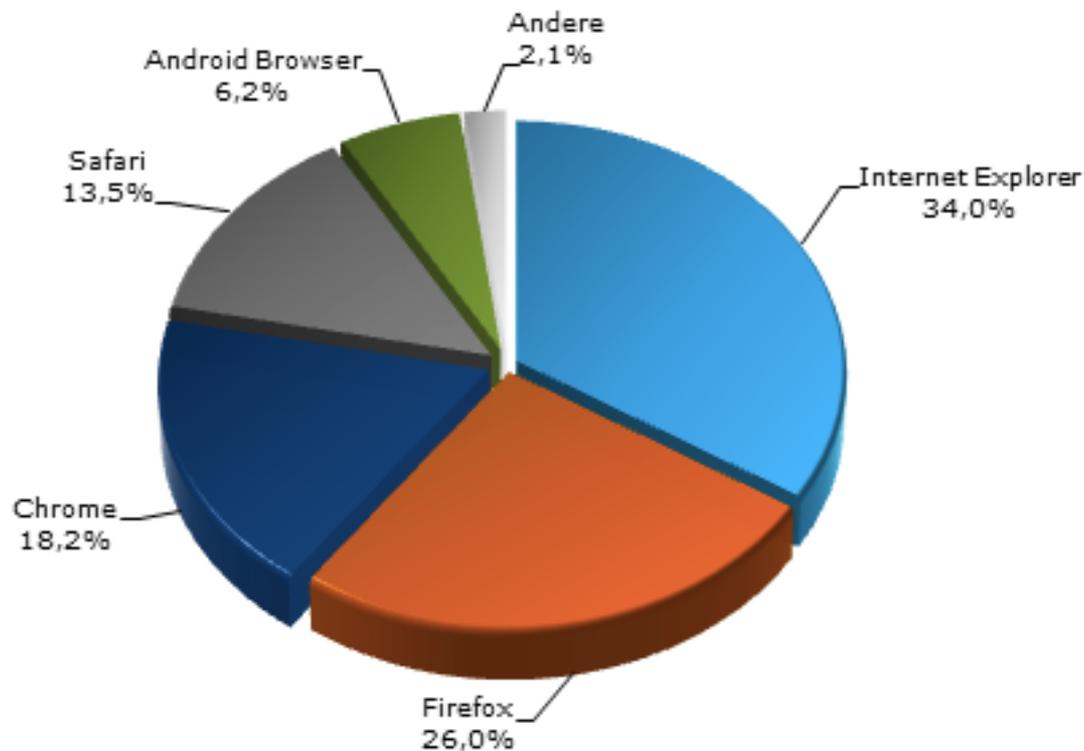
- ❑ 61% nutzen das Internet für Online Shopping
- ❑ 53% der gesamten österreichischen Bevölkerung sind Smartphone Nutzer
- ❑ 54% nutzen E-Government Anwendungen in Österreich.
- ❑ 3.240.000 ÖsterreicherInnen nutzen Facebook
- ❑ 117.000 ÖsterreicherInnen nutzen Twitter



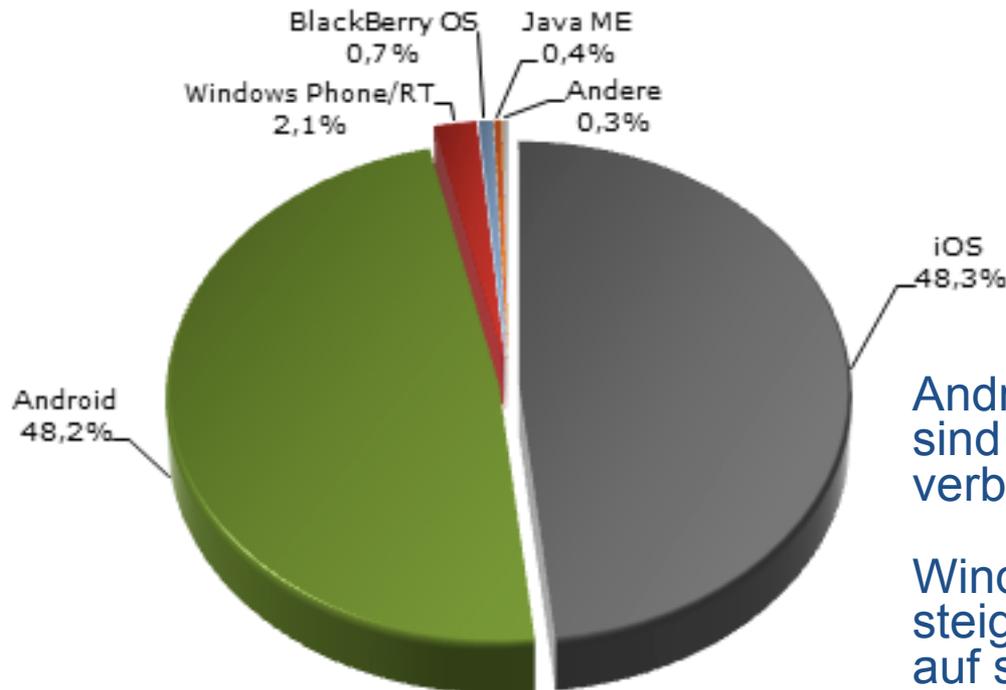
### Quellen für Daten zur Internetnutzung:

- AIM – Austrian Internet Monitor von Integral – [www.integral.co.at](http://www.integral.co.at)
- Statistik Austria – [www.statistik.at](http://www.statistik.at)
- Eurostat - <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
- Social Media Radar – <http://socialmediaradar.at>
- ÖWA - Österreichische Web Analyse – [www.oewa.at](http://www.oewa.at)

Der Internet Explorer ist im März 2014 immer noch der beliebteste Browser. Doch Firefox, Chrome und Safari holen auf



27,1% der Internet-Nutzung erfolgte mit Endgeräten, die mit einem mobilen Betriebssystem ausgestattet sind: Smartphones, Handys, Tablets, etc.



Android und iOS (iPhone) sind mittlerweile gleich weit verbreitet.

Windows Phone Nutzung steigt, ist aber immer noch auf sehr niedrigem Niveau

# Von Lean Back zu Lean Forward Medien



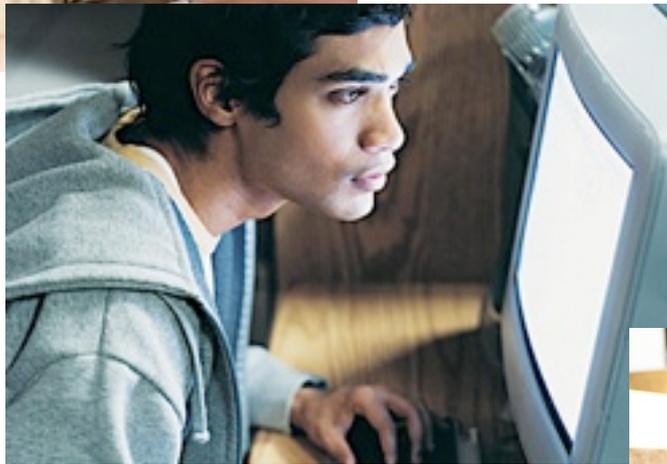
BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.



## Lean Back Modus

TV, Radio, Magazine, Bücher sind typische Lean Back Medien

Wir konsumieren passiv.



## Lean Forward Modus

PC, Laptop, Tablet, Mobile

Wir suchen aktiv nach Informationen, wir interagieren mit anderen, wir tragen bei.

## Mobile Modus

Handy, Smartphone, Tablet

Always on, mobil & aktiv in Social Media



**DiSoLoMo** – Digital – Social – Local - Mobile

**Second Screen** – Handy, Tablet oder Laptop werden parallel zu TV genutzt, oder Handy parallel zu Laptop

**Internet of Things: Machine – to Machine Kommunikation, Connected Devices**

**ROPOS** – Research Online, Purchase Offline



# Der DiSoLoMo Trend



## Digital



eff.org



technorati.com



## Social



## Local



## Mobile



## Browser

Aus dem Englischen „to browse – durchblättern, sich umschauen“. Software, die zu Abruf und Darstellung von HTML-Seiten aus dem Internet benutzt wird. Z.B. Internet Explorer, Firefox, Opera, Safari usw.

## Domain

Adresse eines Online-Angebotes im World Wide Web. Die Domain ist Bestandteil jeder URL.

Der letzte Teil des Host-Name, hinter dem kein Punkt mehr steht. In den USA steht eine Domain häufig für eine bestimmte Zuordnung wie „.edu“ für „Education“, Universitäten usw. oder „.org“ für „Organisation“. In allen anderen Ländern steht die Domain für den Namen des Landes, in dem der Server steht. „.at“ für Österreich, „.de“ für Deutschland, „.uk“ für England.

## Domain Name

Der Teil einer URL, der dem „http://www.“ oder „http://“ folgt und durch ein „/“ abgeschlossen wird. In der URL <http://www.iab-austria.at/> ist „iab-austria“ der Domain Name.

## Cookie

Kleine Textdatei, die von manchen WWW-Servern beim Besuch einer Internetseite verschickt und auf der Festplatte des Client-Rechners gespeichert wird. Bei einem erneuten Aufruf dieses Servers sendet der vom Internet-Nutzer eingesetzte Browser den zuvor empfangenen Cookie wieder zurück an den Server, der die darin enthaltenen Informationen auf verschiedene Arten auswertet. Per Cookies werden z.B. Werbeeinblendungen gesteuert und Nutzerprofile gespeichert.

## **Site (Website)**

Gesamtbezeichnung für eine Internet-Präsenz eines Anbieters, einer Firma etc. Umfasst alle dazu gehörenden Bildschirmseiten, Webseiten und Dokumente sowie Download-Bereiche.

## **Homepage**

Startseite eines Internet-Angebotes (einer Website). Erste Seite die der Browser aufruft, wenn man die Adresse eingibt.

## **Sitemap**

Gliederung, die auf einen Blick über Umfang und Inhalt einer Website informiert.

### **XML Sitemap**

Dabei handelt es sich um eine Liste die im XML-Format erstellt wird und die alle Unterseiten einer Website enthält. Die XML-Sitemap kann in den Webmaster Tools von Google oder Bing hochgeladen werden, um den Suchmaschinen alle Seiten einer Website zu übermitteln.

## **Content**

Inhalte einer Website: Texte, Grafiken, Fotos Animationen, Downloadangebote oder sonstige multimediale Objekte.

## **HTML – Hypertext Markup Language**

Editiersprache für Internet-Seiten. Mit HTML-Tags können Text und Grafiken so formatiert werden, dass sie vom Browser dargestellt werden. Der Browser verwendet dazu HTTP, mit Hilfe dessen das Programm die HTML-Befehle decodiert.

## **Hyperlink / Link**

Bringen den User aus einem Dokument im Internet zu einem anderen, auf das der Hyperlink verweist. Auch hinter Bildern können sich Hyperlinks verbergen, die man spätestens dann erkennt, wenn man mit der Maus über sie hinweggeht (der Pfeil verwandelt sich in eine zeigende Hand).

## **Dead Link**

Ein nicht mehr funktionierender Link (auch toter Link genannt).

## **IP Adresse – Internet Protokoll Adresse**

Eindeutige Adresse im Internet

Numerisches Gegenstück des Domain-Namens. Jeder Computer im Internet ist durch seine Adresse, eine festgelegte, lange Zahlenfolge, lokalisierbar. Sie besteht aus vier durch Punkt getrennten Zahlen, die jeweils einen Wert zwischen 0 und 255 annehmen können. Bsp. für IPv4: 203.0.113.195

Die IP-Adresse wird verwendet, um Daten von ihrem Absender zum vorgesehenen Empfänger transportieren zu können. Ähnlich der Postanschrift auf einem Briefumschlag werden Datenpakete mit einer IP Adresse versehen, die den Empfänger eindeutig identifiziert.

Die IP Adresse kann man einfach mit Tools wie [www.wieistmeineip.de](http://www.wieistmeineip.de) abfragen.

## **Page Impression**

Sichtkontakt mit einer Website, dient als Maß für einen Kontakt. Ein nutzerinduzierter Abruf einer mit einem Zählpixel versehenen HTML-Seite wird gezählt.

## **Visit**

Zahl der zusammenhängenden Zugriffe der User auf das Online-Angebot eines Anbieters. Neu- und Mehrfachkontakte können nicht unterscheiden werden, d.h., ein Visit umfasst daher eine oder mehrere Page Impressions. Der Timeout beim Visit beträgt 30 Minuten. Wenn 30 Minuten lang keine Page Impression erzeugt wurde, wird bei der nächsten Page Impression auch ein neuer Visit erzeugt.

## **Unique Client**

Anzahl der Computer (Browser, Clients), von denen auf eine Website zugegriffen wird. Die Unique Clients werden über permanente Cookies sowie weitere Identifikationsmerkmale ermittelt.

## **Unique User**

Messgröße für die Nutzung einer Website, die angibt, wie viele eindeutige Nutzer ein Werbeangebot in einer bestimmten Zeit hatte. ÖWA Plus rückt den Menschen in Form des "Unique User" in den Vordergrund.

## **Multi User**

Dabei handelt es sich um die Mehrfachnutzung desselben Rechners (Unique Client). Dies kommt vor allem im Haushaltsverband vor.

## **ISP – Internet Service Provider**

Anbieter eines Internet-Zugangs, meist kurz Provider genannt. Als Abonnent kann man sich gegen eine Gebühr einwählen und den Zugang zum Internet nutzen. zB. A1, Tele2, UPC, etc.

## **Keyword**

Im Zusammenhang mit Suchmaschinen verwendet. Der bei einer Suchanfrage vom Benutzer eingegebene Begriff wird mit dem Datenbestand der Suchmaschine verglichen und als Treffer auf einer oder mehreren Seiten ausgegeben.

## **SERP – Search Engine Result Page**

Suchmaschinenergebnisse nach Suche eines Begriffs.

Seite mit den aufgelisteten Suchmaschinenergebnissen. Um möglichst viel Traffic auf die eigenen Seite zu ziehen, ist die Optimierung der eigenen Darstellung in den SERPs eine Hauptaufgabe für SEOs (=Search Engine Optimzation = „Suchmaschinenoptimierer“)

## **SEO – Search Engine Optimization**

Suchmaschinenoptimierung. Beschäftigt sich mit der Verbesserung der Platzierung von Internetseiten innerhalb der redaktionellen Suchergebnissen von Suchmaschinen.

## **CTR – Click Through Rate**

Die Anzahl der Klick-Aktionen auf ein Werbemittel, die User direkt zur Website des Werbenden führt. CTR gibt das Verhältnis der Einblendungen von Werbemittel zu tatsächlichen Clicks als Prozentzahl derer, die das Werbemittel gesehen haben, an.

## **CPC – Cost per Click**

Kosten für einen Klick auf ein Werbemittel.

## **Conversion**

Unter Conversion (deutsch: Konversion, Konvertierung, Umwandlung) versteht man im Online Marketing einen definierten Prozess, bei dem sich der Besucher einer Website von einem einfachen Besuch der Website zu einer konkreten Handlung leiten lässt. Klassische Conversions sind z.B. ein Kauf, ein Download oder das Absenden einer Anmeldung für einen Newsletter.

## **Tausend-Kontakte-Preis (TKP)**

Im Offline-Bereich die Kosten für 1000 Sichtkontakte mit einer geschalteten Werbung; im Online-Bereich wird als entsprechende Bezugsgröße die Zahl der Page Impressions verwendet. Berechnung: Preis der Schaltung/ Bruttoreichweite \* 1.000 = TKP.

## **E-Commerce**

Electronic Commerce; bezeichnet den elektronischen Handel von Waren oder Dienstleistungen über das Internet zwischen Firmen (Business to Business) oder zwischen Firmen und Privatpersonen (Business to Consumer).

- [www.onpage.org/wiki](http://www.onpage.org/wiki) - Umfassende Begriffsdefinitionen zu Online Marketing, Suchmaschinenoptimierung und Social Media.
- <http://www.iab-austria.at/glossar/> - IAB Austria – Internet Advertising Bureau - Glossary rund um Online Werbung und Online Marketing im allgemeinen.
- **Wikipedia**

IAB Austria Handbuch –  
Online Marketing 2014  
Social Media Guidelines

Warum mache ich eine Website?

Wie verdiene ich damit Geld?

Wie komme ich zu Kunden

Überblick über Website Kategorien und Geschäftsmodelle im Internet.

Ziele, die ich mit einer Website verfolgen kann.

Online Marketing Ziele



# Erscheinungsformen des Online Marketings



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

## Online-Marketing



### Sichtbar für den Endnutzer

Online-Werbung	Sponsored-Links	Apps	E-Kundenbindungsprogramme
Corporate Website	E-Mails	E-Newsletter	Online-PR
Foren/Communities	E-Commerce	Soziale Netzwerke	Virales Marketing
Online-Wettbewerbe	Location-based Services	Micro-Blogging	Media-Sharing-Plattformen
Social-Bookmarking	E-Sampling	SMS/MMS	E-Coupons
		Corporate Blogs	M-Coupons

### Unsichtbar für den Endnutzer

Suchmaschinen-Optimierung	Keyword-Advertising	Web-Monitoring
Affiliate-Marketing	Web-Analytics	Targeting

# Medienkategorien: Paid – Owned - Earned



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Manche Medien besitzt man und kontrolliert, andere bezahlt man. Am besten man „verdient“ Medien, wie z.B. Beiträge in Blogs



So bedeutend kann Digital Word of Mouth sein...



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Earned Media kann auch negative Kommunikation bedeuten  
United Breaks Guitars – über 13 Mio Views



<https://www.youtube.com/watch?v=5YGc4zOqozo>

# Website Kategorien & Ziele I



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

## Website Kategorie

## Ziele

Persönliche Website

- Information
- Kontaktmöglichkeiten

Corporate Website  
Internetpräsenz für ein  
Unternehmen

- Markenbildung
- Neukundengewinnung
- Nutzer- und Presseinfos

Onlineshop  
Produktverkauf Online

- Umsatzsteigerung
- Neukundengewinnung

Produktpräsentation

- Markenbindung
- Nutzerinfo
- Kundenbindung

Informations- und  
Nachrichtenportale

- Nutzerinfo, Kundenbindung
- Vermarktung über Werbeeinnahmen
- Umsatzsteigerung über kostenpflichtige Inhalte

# Website Kategorien & Ziele II



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

## Website Kategorie

## Ziele

Social Media Websites  
(Blogs, Communities, Foren)

- Nutzergewinnung, Aktivitätssteigerung
- Vermarktung über Werbeeinnahmen
- Produkttests, Anleitungen, Service

Entertainment

- Umsatzsteigerung, z.B. durch Subscriptions
- Werbeeinnahmen

Webanwendungen

- Nutzerzufriedenheit
- Nutzerinformation
- Werbeeinnahmen

Anzeigenportale  
Rubrikenmärkte/  
Verzeichnisse

- Nutzergewinnung, Kundenbindung → Recurrent User
- Werbeeinnahmen
- Umsatz über Subscriptions (meist B2B)

## Mit diesen Modellen kann man im Web Geld verdienen

### Service Sales

- VoIP Anbieter – z.B. Skype
- App Anbieter
- Online Services



### Retail E-Commerce

- Verkauf von physischen Produkten übers Internet
- Online Shops
- z.B. Amazon, Zalando



### Subscriptions

- Monatliche Abos
- Oft „Paid Content“
- Online Software Fees
- z.B. Musikabos, Zeitungen, Games



### Commissions

- Kommission für die Vermittlung einer Dienstleistung
- Auktionsplattformen
- Zahlungsdienstleister
- z.B. ebay, Paypal, Delinski Table Booking



## Werbefinanzierung ist das beliebteste Geschäftsmodell

### Werbe- finanzierung

- Inhalte oder Services werden kostenlos angeboten → Site wird durch Werbung finanziert
- Einbindung von div. Werbeformen
- Affiliate Marketing
- Einbindung Google AdSense



### Licence Sale

- Es wird eine Lizenzgebühr verlangt
- Apple & Co
- Musikdownload
- Apps



### Inseratgebühren

- Rubrikenmärkte
- Auto-, Immobilien und Jobportale
- Verzeichnisse
- z.B. Herold, Willhaben, Karriere.at, Immobilien.net



### „Exit“

- Es wird eine große Useranzahl aufgebaut.
- Hat man die entsprechende Nutzerbasis, wird das Portal an einen großen Player verkauft.
- Wert: Kundenbasis, die zB für Werbung genutzt werden kann

# Beispiel für eine werbefinanzierte Seite:



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

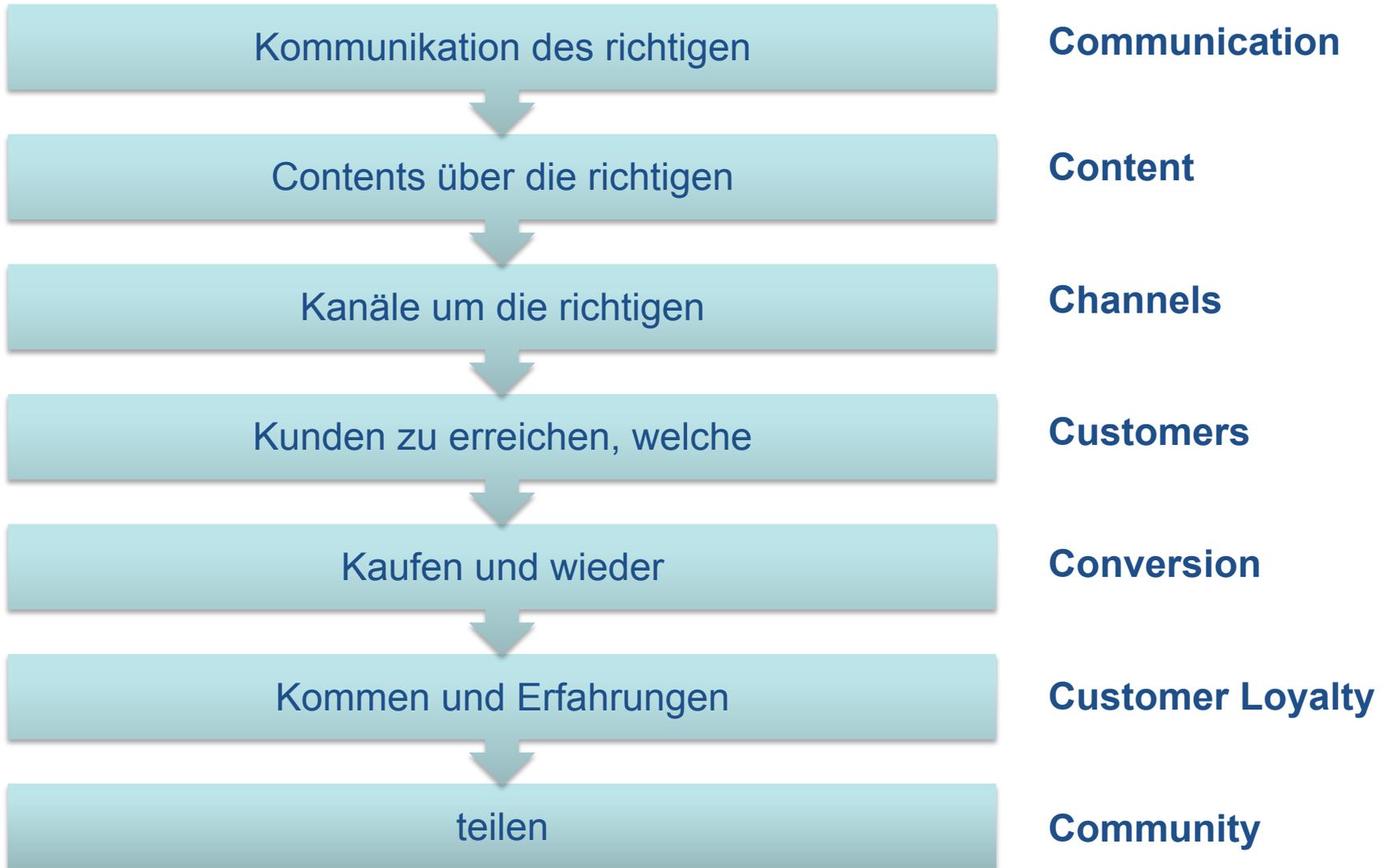
## The Million Dollar Homepage – 1 \$ pro Pixel

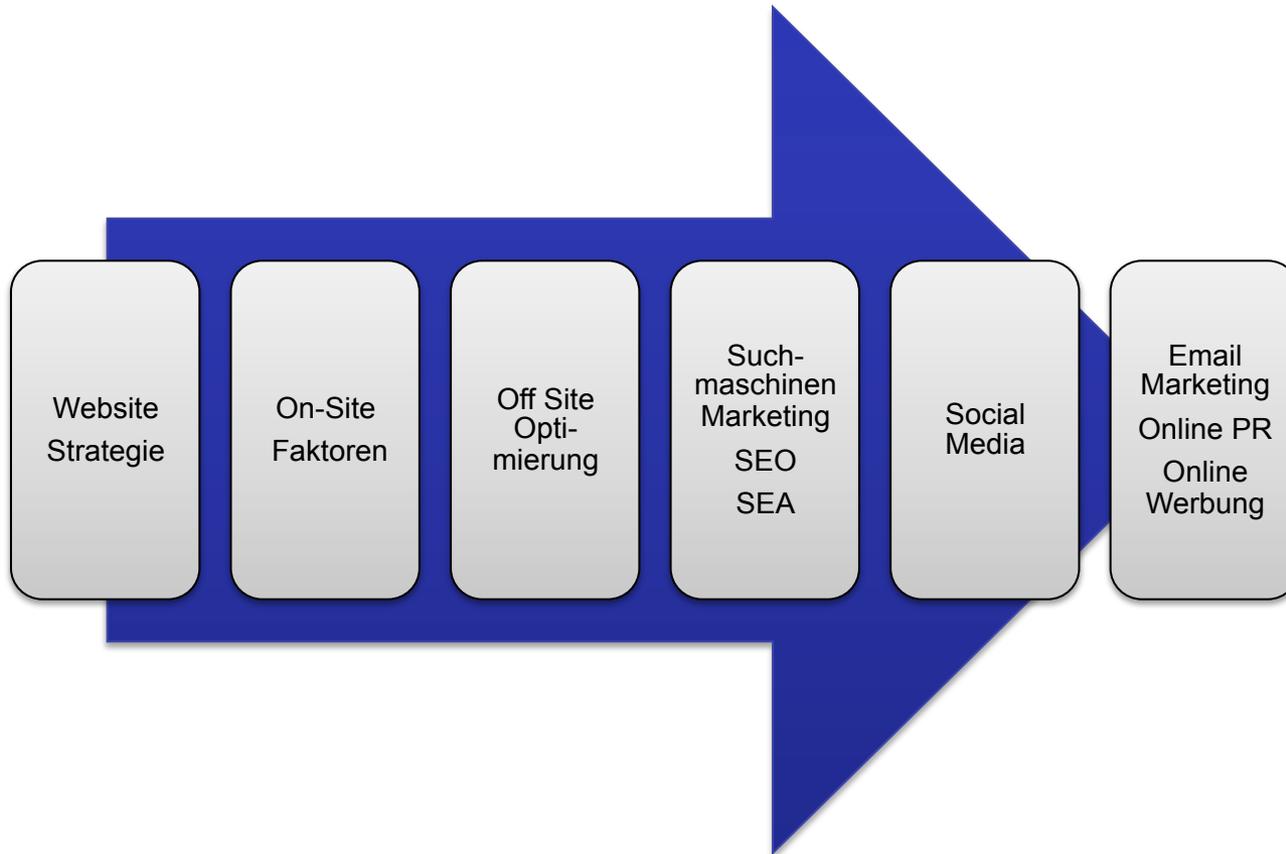


# Online Marketing Ziele



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.





# Die 7Ps des (Online)Marketings



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

Die 7 Ps sollten immer überlegt werden → Strategie Basis



# Die 7Ps des (Online)Marketings



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.

## Und was sich dahinter versteckt

### PRODUCT

USP  
Kundenvorteile  
Funktionen  
Umsetzung

### PRICE

Preismodell  
Discounts  
Grantien  
Add-ons

### PLACE

Kanäle  
Direkt/indirekt  
Partner  
Plattformen

### PRO- MOTION

Werbeformen  
SEA  
Komm. Kanäle

### PROCESS

Abläufe  
Intern/extern  
Customer  
Experience

### PEOPLE

Kontakt  
FAQs  
Email  
Service

### PHYSICAL EVIDENCE

„Digital  
Evidence“  
Referenzen  
Garantien

## Welchen Blog möchte ich anlegen?

Wir legen einen Übungsblog an. Überlegt euch ein Thema für einen Blog / eine Website, die ihr für euch anlegen möchtet:

### Beispiele:

- Food & Genuss Blog
- Fashion & Lifestyle Blog
- Garten Blog
- Travel Blog
- Selbstpräsentations – Website
- Hochzeits-/Event Website

### Blog Beispiele:

[www.kraeutergenuss.at](http://www.kraeutergenuss.at)

[http://imb.donau-uni.ac.at/  
suchmaschinenoptimierung](http://imb.donau-uni.ac.at/suchmaschinenoptimierung)

<http://youarehungry.com>

[http://](http://www.glamcanyon.com)

[www.glamcanyon.com](http://www.glamcanyon.com)

<http://www.reisebloggerin.at>

<http://gartengnom.net>

Überlegt euch einen Namen für den Blog.

## Hinweise zum Copyright

Die in dieser Präsentation enthaltenen Daten, Statistiken, Abbildungen, Fotos etc. sind ausschließlich zur internen Verwendung im Seminar „Online Marketing“ gedacht. Eine Verwendung über das Seminar hinaus ist aus Gründen des Urheberrechts nicht möglich und nicht erlaubt.