

Hochaktuelle Zukunftstrends im Internetmarketing

07.05.2007, 10:52 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Marketing-Online-Plan.de* Markus Trauernicht

Mit der hohen Transparenz welche das Internet mit sich bringt, sind einige beunruhigende Entwicklungen zu erwarten. Es sind Entwicklungen die jeden betreffen, der das Internet als Vertriebsplattform nutzt.

Und zwar sind es nicht die großen Unternehmen, welche diese Chaos im Internet vorantreiben. Es sind die vielen unzähligen Kleinunternehmer weltweit, die sich von zuhause ein Einkommen aufbauen wollen. Noch nie war es günstiger und einfach sich ein Unternehmen von zuhause aus aufzubauen. Schon allein eine Würstchenbude an der Ecke kostet das Vielfache einer Existenzgründung im Internet. Und viele weitere Vorteile sind online gleich enthalten: Keiner interessiert sich für den Werdegang oder den Lebenslauf, mit der Pay-per-Click Werbung lässt sich in kürzester Zeit gezielter Traffic auf die eigene Seite lenken, und Programmierkenntnisse braucht es auch nicht.

Alle 3 – 4 Wochen entstehen weltweit rund 2 Millionen neue Internetnutzer. Die Folge ist eine immer höhere Konkurrenz – auch in dem von Chris Anderson beschriebenen „Long Tail“. Jeder der im Internet ist, kann sich relativ einfach in diesen endlosen Nischen und Subnischen positionieren.

Doch die Problematik für den Einzelnen entsteht mit der viel schneller wachsenden Zahl an Webseiten, Blogs, Foren und Web 2.0 Anwendungen. Wer vor 5 Jahren noch 1000 kostenlose Besucher von Suchmaschinen pro Zeitraum bekam, muss heute mit ca. 250 kostenlosen Besuchern pro Zeitraum rechnen. Die Zahl der Internetnutzer ist beispielsweise im deutschsprachigen Raum begrenzt, während die Zahl der Webseiten deutlich anwächst. Und dieser Trend setzt sich deutlich fort. Immer mehr Seiten teilen sich die relativ begrenzte Zahl an Internetnutzern. Das Problem ist, wenn der eigene Umsatz 1:1 von den kostenlosen Suchmaschinenergebnissen abhängig ist. Die Suchmaschinenoptimierung als Geschäftsbasis wird somit immer riskanter. Natürlich freut man sich auf kostenlosen Traffic. Doch dieser Traffic hat mit der hohen Qualität der eigenen angebotenen Informationen zu tun. Niemand sucht im Internet nach weniger wertvollen Informationen, sondern nach den besten Informationen.

Doch das ist nicht alles. Ist ein Kleinunternehmer mit € 3000 - € 6000 an Gewinnen zufrieden, ist die Hausfrau ein paar Straßen nebenan mit € 500 - € 1000 im gleichen Markt zufrieden. Und der Unternehmer in Osteuropa oder Asien eventuell schon mit € 250. Und mit der Pay-per-Click Werbung haben alle die Zugriff auf die gleichen Märkte. Klar, Europa hat den besonderen Schutz der Sprachbarrieren. Doch je vertrauenswürdiger und runder die internationalen Zahlungssysteme für den Privatnutzer sind, um so schneller werden diese überwunden.

Und hier kommt das geschickte Direktmarketing über das Internet ins Spiel. Kein Luxus, sondern aufgrund der stetig wachsenden Zahl von Kleinunternehmern, und der Globalisierung der Märkte eine absolute Notwendigkeit, wenn man den eigenen Markt dominieren will. Mit einem geschickten Direktmarketing über das Internet, nimmt man sozusagen den Kunden ganz vom Markt, weil dieser für die Konkurrenz kaum noch erreichbar ist. Man darf nicht vergessen, das Internet ist jung. Vor über 100 Jahren wurde mit der Industrierevolution Schritt für Schritt die Handarbeit weitgehend durch die Automatisierung ersetzt. Wer nicht mitgemacht hat, blieb in der Regel auf der Strecke. Heute ist die Entwicklung des Internets mit der Industrialisierung vergleichbar. Gerade mal 10 Jahre ist diese Entwicklung vorangeschritten. Im Verleichen – damals und heute – könnte man etwas allegorisch betrachtet sagen, dass die ersten Testversuche mit Fließbändern anlaufen. Das altbekannte Marketing wird nach und nach durch automatisiertes Marketing ersetzt. Wer nicht mitmacht, wird im Lauf der Zeit auf der Strecke bleiben. Wer zweifelt sollte sich die genannten Zahlen mal genauer anschauen. Die Geschichte wiederholt sich nur. Damals gab es allein in den USA rund 300 Autohersteller – wer nicht die Zeichen der Zeit ernst genommen hat, blieb auf der Strecke liegen. Es geht hier nicht um eine Idealisierung des geschickten Direktmarketings über das Internet, sondern um eine ganz natürliche Entwicklung die es schon vor über 100 Jahren gab – und sich heute in anderer Form wiederholt.

Portrait

Mehr Gewinne mit dem Internet erzielen - Kleinunternehmern, Neuselbständigen und Mittelständlern soll www.Marketing-Online-Plan.de dabei eine richtungsweisende Hilfe sein.

News-ID: 133715 • Views: 98 (Stand: 15.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/133715/Hochaktuelle-Zukunftstrends-im-Internetmarketing.html>