

Von Facebook bis YouTube: Internet-Marketing im Web 2.0

28.09.2009, 16:46 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *synergetic AG*

Das Internet ist im Wandel: Wikis, Blogs und Social Communities breiten sich zunehmend aus und stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen. Da klassische Marketinginstrumente den Anforderungen der Unternehmenskommunikation nur noch bedingt gewachsen sind, müssen Marketingexperten neue Strategien einsetzen.

Das Internet hat sich in den letzten Jahren von der reinen Präsentationsplattform hin zur sozialen Kommunikationsplattform entwickelt. Inhalte werden zunehmend von Nutzern erstellt, die über Wikis, Blogs und Twitter sowie über soziale Netzwerkplattformen wie Xing, Facebook oder Myspace große Mengen Content generieren.

Damit hat sich auch die Ausgangslage für Unternehmen geändert, die das Internet als Marketingplattform nutzen. Ein zunehmender Teil der Kommunikation über Unternehmen und Marken findet in Communities und Sozialen Netzwerken zwischen Verbrauchern und Interessierten statt. Während früher die eigene Website den Kunden ansprechen sollte, müssen Unternehmen heute auf verschiedenen Plattformen agieren, um die größte Aufmerksamkeit zu erhalten.

Soziale Netzwerke schenken Vertrauen

Unternehmen müssen auf diese Entwicklung mit neuen Marketingmaßnahmen reagieren. Dazu gehört beispielsweise, in themenbezogenen Foren und Blogs offen als Förderer und Sponsor aufzutreten. Benutzerprofile auf sozialen Plattformen wie Xing oder Facebook dienen dem Austausch Gleichgesinnter, aber auch Unternehmen zur direkten Kundenansprache.

Die Kehrseite der Medaille: Unternehmen haben es äußerst leicht, ihre Marketingbotschaften in der vertrauensvollen Umgebung von Foren und Social Communities auch „verdeckt“ zu verbreiten. Hinter angeblich privaten Kommentaren können sich in Wirklichkeit ausgeklügelte professionelle Marketingaktivitäten verbergen, ohne dass der Nutzer dies ahnt. Auch in Verbraucherforen können Unternehmen (verdeckt) die eigenen Produktbewertungen verbessern und gleichzeitig durch die Bewertungen der Kunden erfahren, wo die Schwachstellen ihrer Produkte liegen.

Werbefilme zu Tiefstpreisen

Bekannt sind alle diese Marketingmaßnahmen unter dem Begriff „virales Marketing“. Mund-zu-Mund-Propaganda soll gezielt ausgelöst und kontrolliert werden, um das Unternehmen und dessen Produkte zu vermarkten. Je mehr Aufmerksamkeit ein Werbemedium dabei im Internet erzielt, umso besser.

Gerade auch lustige oder verrückte YouTube-Videos eignen sich hervorragend, um als „Geheimtipp“ von User zu User wie ein Virus via E-Mail im ganzen Netz verbreitet zu werden und somit den Bekanntheitsgrad eines Unternehmens zu steigern. Dabei sind die Kosten für Produktion und Verteilung gemessen an der erreichbaren Zielgruppe äußerst gering.

Portrait

Die synergetic AG in Kürze:

Die synergetic AG mit Sitz in Wendlingen am Neckar zählt mit einem Konzernumsatz im zweistelligen Millionenbereich im Jahr 2008 und insgesamt rund 100 Mitarbeitern zu den größten Multimedia-Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Die synergetic AG wurde 1993 gegründet und bündelt als Technologieträger im Verbund der Beteiligungen und Tochterunternehmen Know-how und Kompetenzen für die Bereiche Internet, Networking und Development. Als Full-Service-ICT-Agentur bietet sie heute folgende Leistungen: Abdeckung der IT-Anforderungen des Kunden vor Ort, Anbindung der IT- und Kommunikationssysteme an das Internet, Entwicklung der notwendigen Web-Applikationen sowie Consulting- und Schulungstätigkeiten. Weitere Informationen finden Sie unter -> www.synergetic.ag.

Neben den strategischen Beteiligungen an TourOnline und der Loomes AG entwickelte die synergetic AG seit dem Jahr 2000 ihren Geschäftsbetrieb über bedeutende Partnerschaften, etwa mit der Deutschen Telekom AG, Microsoft, T-Systems, SatWork AG, Cisco Systems, LANCOM, IPSWITCH, SonicWall und NetOptics. Außerdem ist das Unternehmen Microsoft Certified Partner sowie Microsoft Small Business Specialist und hat die Microsoft Partner Kompetenz Hosting Solutions. Die synergetic AG ist darüber hinaus erfolgreich als Domainregistrar mit Mitgliedschaften u.a bei der DENIC eG, der NIC.AT, der EURID und beim RIPE tätig. Außerdem ist sie Mitglied im Wirtschaftsrat Deutschland sowie bei bwcon.

News-ID: 354322 • Views: 948 (Stand: 31.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/354322/Von-Facebook-bis-YouTube-Internet-Marketing-im-Web-2-0.html>