

# EU-Presse Europa Nachrichten täglich aktuell

<a href="#">Home</a>	<a href="#">News-Spezial</a>	<a href="#">Katalog</a>	<a href="#">Impressum</a>
----------------------	------------------------------	-------------------------	---------------------------

## Digitale Kommunikation: Die Zukunft der Werbung

Die **Digitalisierung der Kommunikation** erfordert eine Digitalisierung der Werbeindustrie. Wenn die Konsumenten online sind, müssen Unternehmen nachziehen. Marketingexperten prophezeien: Online-Marketing löst schon bald die klassischen Werbeformen ab.

E-Booking ersetzt den lästigen Gang zum Reisebüro, Browsergames lösen die verstaubte Spielesammlung ab und Social Networks bieten auf einen Klick mehr Partnervorschläge, als es für manchen das ganze Leben tut. Das Web wird zum Abbild des realen Lebens. Nur irgendwie besser.

Ganz gleich wobei man Hilfe benötigt, Google erteilt in Sekundenschnelle tausende passende Ratschläge und lässt Mamas Weisheiten daneben blass aussehen. In Blogs folgen hunderte interessierte Fans unserem Leben, wenn der eigene Ehemann mal wieder kein offenes Ohr hat. LycosIQ erklärt uns binnen Minuten den Rechenweg eines Lagrange-Verfahrens, während der vergreiste VWL-Professor nur alle zwei Wochen sein Mail-Postfach besucht. Es ist klar: Das virtuelle Leben ist schneller, praktischer, vielfältiger. Das Web bietet uns Möglichkeiten nie gekanntes Ausmaßes. Es simplifiziert die Komplexität des Alltags und öffnet Türen, die uns sonst auf ewig verschlossen geblieben wären. Wie die Großeltern stets zu sagen pflegen: Das Internet ist Zauberei.

### Eine Gesellschaft voller Homo Digitales

Kein Wunder, dass bereits 2010 rund 81% der Deutschen regelmäßig die Vorzüge des Webs in Anspruch nehmen (Quelle: statista.de). Der Neandertaler hatte die Höhlenmalerei, der moderne Mensch greift zum Smart Phone. Immer und überall online sein, das ist heute selbstverständlich. Vom „Homo Digitales“ reden Kommunikationssoziologen und meinen den medialisierten Menschen, der im Internet recherchiert und per E-Mail kommuniziert. „Das Web ist nicht mehr weg zu denken. Man fragt sich fast, wie man all die Jahre ohne diese Erfindung handlungsfähig war“, fasst Thomas Tornatzky, geschäftsführender Gesellschafter der Adverti – Agentur für Direktmarketing GmbH, zusammen. In der Kölner Werbeagentur obliegt dem Medienmanager unter anderem der Bereich der digitalen Kommunikation, er betreut die Web Performance zahlreicher Unternehmen.

### Unternehmen müssen am Kunden bleiben

## Direktansprache

[www.experteer.de/recruiting](http://www.experteer.de/recruiting)

Finden Sie den passenden Kandidaten und sprechen Sie diesen direkt an!

Die Werbeindustrie hat Wind vom digitalen Wandel bekommen, denn Online-Marketing boomt. „Die Nachfrage nach Web Optimierung und Web Design steigt unaufhörlich“ erklärt der Agenturchef. Jedes Unternehmen ist auf Öffentlichkeit angewiesen. Mit dem Internet erhält ein Medium Einzug in die Werbelandschaft, das nicht nur neue Möglichkeiten bietet, sondern vor allem eine Vielzahl an potentiellen Kunden erreichen kann. „Der Job einer Werbeagentur ist die zielgruppengerechte Vermarktung einer Firma oder eines Produkts. Und wenn sich die Zielgruppe im Netz aufhält, so müssen

Unternehmen dies ebenfalls tun“, sagt der Medienmanager. Die firmeneigene Website, Suchmaschinenmarketing sowie Beteiligung in Social Networks – alles Maßnahmen, die für eine ganzheitliche Marketingstrategie heute unerlässlich sind.

### Social Networks ermöglichen zielgruppengenaues Marketing

„Werber arbeiten dort, wo die Konsumenten anzutreffen sind“, sagt Thomas Tornatzky. Der Trend ist klar: Social Media ist zur Kundengoldgrube geworden. Die Ausgaben für Werbung in sozialen Online-Netzwerken sind 2010 um 81 Prozent gestiegen, die für Printwerbung bloß um 1 Prozent (Quelle: statista.de). Genauso offensichtlich ist der Grund für diese Entwicklung: In Facebook und Co versammeln sich unzählige potentielle Kunden mit den verschiedensten Interessen und unterschiedlichsten Produktwünschen. „Die User dieser Netzwerke schenken uns kostbare Informationen. Informationen, die man in einem solchen Ausmaß über Marktanalysen niemals generieren könnte“, erläutert .Tornatzky. Besonders für Direktmarketingaktionen liefern Nutzerprofile wertvolles Wissen. Hobbies, Ausbildung, Alter, Musikgeschmack – all diese Daten erlauben Rückschlüsse auf Kaufinteressen und Konsumverhalten der User. Unternehmen können dies zu ihrem Vorteil nutzen. Denn wer die Zielgruppe kennt, kann sie passgenau ansprechen.

### Große Firmen machen es vor

Auch namhafte Unternehmen haben bereits die Relevanz von Online-Marketing erkannt. So ist etwa der Großkonzern Siemens mit einer eigenen Seite auf der Plattform Facebook vertreten und steht dort jungen Nutzern täglich Rede und Antwort zu den Themen Praktikum, Bewerbung und offene Stellen. „Unternehmen schaffen über Social Media eine Kommunikationsbasis, die sie direkt zu ihrer Zielgruppe führt, statt an ihr vorbei. Und das gilt für den Friseur um die Ecke genauso wie für internationale Konzerne“, erklärt der Geschäftsführer der Direktmarketing-Agentur. Auch kleine Unternehmen können die neuen Medien verkaufsfördernd einsetzen. Die Präsenz im Internet begünstigt die Auffindbarkeit eines Unternehmens und hilft so bei der Neukundengewinnung. Gleichzeitig kann die eigene Homepage oder Social Media Seite die Bindung zur bereits bestehenden Kundschaft verstärken. „Eine Chance, die viele Firmen nicht nutzen“, sagt Medienmanager Tornatzky.

### Professionelle Hilfe lohnt sich

„Ein Friseur kann beispielsweise Online-Terminbuchung anbieten und nimmt Interessenten so die Hemmschwelle des Anrufens“, schlägt Agenturchef Tornatzky vor. Insbesondere für Firmen, die sich noch im Aufbau befinden empfiehlt sich eine starke Web-Präsenz, denn Social Networks und die eigene Site helfen bei der Errichtung eines Kundenstamms. Werbeagenturen können professionelle Hilfe bei der Unternehmensdigitalisierung leisten. „In unserer Agentur betreuen wir kleine und große Firmen bei dem Schritt in die neuen Medien“, sagt Tornatzky. Die Investition in fachmännisches Marketing lohnt, häufig scheuen sich aber insbesondere junge Unternehmer vor hohen Kosten.

Tornatzky rät: „Existenzgründer und junge Selbstständige können staatliche Unterstützung erhalten. Förderprogramme wie etwa das ‚Gründercoaching Deutschland‘ helfen bei der Finanzierung“.

Fragen rund um die Themen digitale Kommunikation und staatliche Fördermöglichkeiten können erfahrene sowie junge Unternehmer gerne an den Marketingexperten Thomas Tornatzky M.A. senden.

Adverti – Agentur für Direktmarketing GmbH

Eupener Str. 139

50933 Köln

Tel.: 0221 8000 61 95

Fax: 0221 8000 61 97

E-Mail: [info@adverti.de](mailto:info@adverti.de)

Internet: [www.adverti.de](http://www.adverti.de)

---