

E-MARKETING IN DER „E-EVERYTHING“ WELT

Humelnicu-Severin Anamaria

Transilvania Universität aus Braşov, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften Colina Universităţii nr. 1, Corp A, Etaj III, Braşov anamaria.humelnicu@unitbv.ro, Tel.: 0722582597

We are living the digital world now. We are speaking about e-commerce, e-mail, e-meeting, e-payment, e-security and others. It is the world of e-everything. In this world e-marketing has gained a special place. The marketing of the future is related to the Internet.

Schlüsselwörter: e-Marketing, Digitalisierung, Internet-Ökonomie

Cod JEL lucrare: M31, L81, L86

Die digitalisierte Welt

Heutzutage sprechen wir immer mehr über E-Auction, E-Banking, E-Books, E-Business, E-Cash, E-Commerce, E-Education, E-Entertainment, E-engineering, E-Government, E-Learning, E-Mail, E-Marketing, E-Market, E-Meeting, E-Procurement, E-Payment, E-Security, E-Service, E-Shop oder E-Strategy. Und die Liste könnte noch erweitert werden. Und das heisst e-everything.

Ein gewöhnlicher Tag kann so aussehen: E-Business betreiben, indem man im e-Mall ein e-Produkt kauft und das e-Payment System benutzt und mit E-cash bezahlt. Danach an einer E-Auction teilnehmen. E-vote im Internet durchführen. Nachher e-mails an Kollegen und Bekannte schicken und Preisvergleiche im E-shop anstellen, wobei man Bewusst der Regeln des e-Marketing ist. Unterrichtsmaterialien über eine e-learning platform zugreifen. Ein eBook lesen.

Internet zählt zu den grössten Erfindungen der Welt. Es hat unser tägliches Leben stark verändert, so dass für viele Menschen das Leben ohne Internet unerträglich und undenkbar ist. Das haben auch viele durchgeführten Studien hervorgehoben. Das Leben ohne „googlen“, ohne chaten, ohne e-mails, ohne online-Einkäufe und ohne Ticketreservierungen ist kaum noch vorstellbar für immer mehr Menschen. Das gehört zum Alltagsleben.

Das Internet hat sich als das wichtigste Kommunikationsmedium entwickelt. Menschen und Unternehmen profitieren von vielen Vorteilen die dieses Medium anzubieten hat: Internet bricht zeitliche und räumliche Grenzen, gute Informationsquelle, schnelle Datenübertragung und effizienter Informationsaustausch. Internetpräsenz ist zudem äußerst wichtig für Kundengewinnung und Kundenbindung, erlaubt günstige Werbung und wichtig um ein gutes Unternehmensimage zu gewinnen. Unternehmen entdecken, dass sie keine andere Wahl haben, als im e-business mittendrin zu sein.

In der Mitteilung der Kommission im September 2008 über künftige Netze und das Internet wird angegeben dass insgesamt der Übergang zum Internet der Zukunft nur dann stattfinden kann, wenn ein schneller Internetzugang für alle zur Verfügung steht. Demzufolge „stellt die Kommission derzeit eine vorausschauende Strategie für Datenschutz und Vertrauen in einer allgegenwärtigen Informationsgesellschaft auf.“ Das Internet der Zukunft soll schneller werden durch die Einführung leistungsfähigerer Hochgeschwindigkeits-Breitbandnetze, soll dynamisch und offen bleiben und gleichzeitig auch sicherer werden. Die Mitteilung der Kommission soll den ersten Schritt darstellen auf dem Weg zum Internet der Zukunft.

Marketing im Zeitalter der Digitalisierung

Dadurch das alles digital wird, wird auch das Marketing beeinflusst. Das heisst aber lange nicht, dass das klassische Marketing ersetzt wird, sondern nur ergänzt.

Die kommende Internetgeneration bedeutet schnelle Internetverbindung und steigende Anzahl von Computer. Das drahtlose Internet wird immer beliebter - Internetzugang per handy, oder via PDAs (ein kompakter, tragbarer Computer, genannt „persönlicher digitaler Assistent“).

Laut einer Statistik der comScore, am Ende des Jahres 2008 erreichte die Anzahl der Internetbenutzer weltweit 1.007,7 Millionen. comScore ist zu diesem Ergebnis gelangt, ohne den Zugang von Internet-Cafés, via Handys oder PDAs zu berücksichtigen. Die Anzahl ist wie folgt verteilt: Asien- Pazifik (41,3%), Europa (28%), Lateinamerika (7,9%), Mittlerer Osten und Afrika (4,8%).

"Eine Milliarde Nutzern weltweit zu überschreiten ist ein wichtiger Meilenstein in der Geschichte des Internet" sagte Magid Abraham, comScore CEO in einer Erklärung. "Es ist ein Denkmal für die zunehmend einheitlichen, globalen Gemeinschaft, in der wir leben, und erinnert uns daran, dass die Welt wirklich flacher wird."

Nielsen Mobile beobachtet derzeit die mobile Internet-Verbreitung in 16 Ländern. Die Vereinigte Staaten weisen den grössten Anteil mobiler Internetnutzer unter den Handy-Besitzern mit 15,6%. Grossbritannien (12,9%), Italien (11,9%), Russland (11,2%), Spanien (10,8%) kommen demnächst im Top. Diese Nutzer greifen auf das Internet zu via Handy, überprüfen das e-mail, erforschen soziale Netzwerke und führen Banktransaktionen durch. Das mobile Internet wird zu einem attraktiven Medium für Marketer.

Da die Gerätfähigkeiten sich erweitern und die Netzwerk-Geschwindigkeit sich verbessert, erhöht sich die Anzahl der Internetnutzer über Handy, was die Interessen der Marketer weckt, sich an das mobile Internet zu wenden und es als ein wichtiges Medium anzusehen, um bestimmte Zielgruppen zu erreichen.

Die neue Ökonomie bedeutet nicht unbedingt Entstehung einer neuen Wirtschaft, sondern eine „old economy“, mit Zugang zu neuen Technologien. Laut Rohner K., haben die Basisinnovationen in der Informationsära bereits stattgefunden. Die Technologie basiert sich auf die digitale Technik. Sicherlich wird der nachfolgende Verlauf der Technologie weiterhin eine Entwicklung kennen, aber in der Richtung der digitalen und elektronischen Entwicklung. Es wird keine andere Kommunikation geben mittels alte Technologien, sondern nur digitale. Die Folge ist: digital denken, sehen, sprechen und fühlen und die Regeln der Digital-Ära anwenden. Die Industrie-Ära stützt sich auf das Massen-Marketing auf, während in der Informations-Ära, das Marketing den Akzent auf die einzelnen Kunden setzt.

Regis McKenna veröffentlichte im Jahre 1991 in Harvard Business Review seine Arbeit mit dem Titel "Marketing ist alles" ("Marketing is everything"). Der Autor sprach über das neue Marketingparadigma, in Anerkennung des Beitrags der Technologie zur Transformation des Marketings. Dies Transformation des Marketings ist durch die Macht der vorhandenen neuen Technologien vorangetrieben worden. McKenna meint dass die Technologie heutzutage so allgegenwärtig geworden ist, dass es nur Technologie-Unternehmen gibt. Technologie wurde mit erstaunlicher Geschwindigkeit in Produkte und auf dem Markt eingeführt.

Deinlein (2003) klärt was unter der viel erwähnten New Economy zu verstehen ist. Die New Economy charakterisiert sich im Wesentlichen durch den Übergang von der Industrie- zur Informationsgesellschaft. Viele Autoren definieren den Begriff nahezu gleich mit der Internet Economy, weil Sie das Medium Internet als der eigentliche Auslöser der New Economy betrachten.

Andere Autoren unterscheiden zwischen der Neuen Ökonomie und der Internet Ökonomie, welches auch mit der Net-Economy gleichzusetzen ist. Das Marketing der Zukunft muss im Zusammenhang mit dem Internet gesehen werden, weil dieses Medium die Märkte und die Kundenwünsche geändert hat.

Es ist Wert zu erwähnen, dass das E-Marketing erheblich an Bedeutung gewonnen hat im Vergleich zu den klassischen Werbeformen. Man kann behaupten dass die Zukunft der Werbung überwiegend digital ist.

Unternehmen fangen an die klassische Werbung zu reduzieren und investieren mehr in Online-Werbung. Untersuchungen ergaben dass die stärksten Instrumente im Internet-Marketing, e-mail und die Suchmaschinen sind. Dadurch dass das e-mail immernoch die beliebteste Anwendung der Nutzer ist, gehört die Kundenansprache durch E-Mail-Marketing zu den effizientesten Maßnahmen im Marketing-Mix. E-mail wurde als ein Marketinginstrument erfolgreich eingesetzt. Die Vorteile die das E-mail anbietet - geringe Kosten für versandte E-mails und auch die Messbarkeit geöffneten bzw. Gelesenen Mails - sind gar nicht zu vernachlässigen. Immer mehr Unternehmen erzielen einen erheblichen Anteil Ihres Umsatzes über das Internet.

Internet ist aber der am häufigsten gewählte Informationskanal wenn es um bestimmte Produktsuche geht. Wenn jemand Produkte wie elektronische Geräte, Autos oder Motorräder kaufen will und sich um dessen Charakteristika und Preis interessiert, wird er im Internet nach der gewünschten Information suchen. Informieren aus Zeitungen, Zeitschriften sind weniger beliebt. Das Potential des Internets ist auf jeden Fall gross, sogar grenzenlos.

Internet bietet über gezieltes Internet Marketing, Kunden auf das Unternehmen aufmerksam zu machen, also Kunden anzuziehen, Kunden binden und deren Loyalität zu gewinnen, aber zugleich ist Internet auch ein wichtiges Instrument zur Umsatzgewinnung. Nicht jedes Unternehmen nutzt heutzutage dieses Potential aus.

Mit der Entwicklung des Internets haben sich auch die Gründe für die Internetnutzung vervielfacht. Während früher der Hauptgrund zur Internetnutzung das Versenden und lesen von emails war, entwickelten sich heutzutage auch andere Aktivitäten im Internet. Online-Banking, online shopping, online Auktionen und Durchführung geschäftlicher Transaktionen wachsen ständig.

Um einen offenen und wettbewerbsfähigen Binnenmarkt für die Informationsgesellschaft und die Medien gewährleisten zu können, verfolgt die Kommission vier Ziele innerhalb der Initiative i2010 („i2010- Eine europäische Informationsgesellschaft für Wachstum und Beschäftigung): die Steigerung der Geschwindigkeit der Breitbanddienste in Europa, die Förderung neuer digitaler Dienstleistungen und Inhalte, den Ausbau der Geräte und Plattformen, die „einander verstehen“, Erhöhung der Sicherheit im Internet durch besseren Schutz vor Betrugern, schädlichen Inhalten und technischen Mängeln.

Literaturverzeichnis

- 1.1. Deinlein J., „Tragfähigkeit von Geschäftsmodellen der New Economy. Das Beispiel elektronische B-to-B-Märkte“, Deutscher Universitäts-Verlag, 2003
2. McKenna R., „Marketing is everything“, in Harvard Business Review, Januar-Februar 1991
3. Rohner K., „Ciber-marketing“, Editura All, București, 1999, S. 43-44, 47
4. Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen- Mitteilung über künftige Netze und das Internet, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0594:FIN:DE:PDF>

5. Global Internet Audience Surpasses 1 billion Visitors, According to comScore, Pressebericht, 23.Januar 2009, <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=2698>
6. Die Initiative "i 2010", <http://europa.eu/scadplus/leg/de/cha/c11328.htm>
7. The Worldwide State of the Mobile Web, Nielsen Mobile, July 2008, <http://www.nielsenmobile.com/documents/CriticalMass.pdf>