

Vorwort	5
Über dieses Buch	6
Teil 1: Marketing im Internet ist anders – Grundlagen, Entwicklungen, Besonderheiten	7
Der Benutzer (User) als Bestandteil eines multimedialen Systems	8
Das Internet	10
Die Entwicklung des World Wide Web als Marketingplattform	12
Die Access-Provider (Zugangs-Provider) und Online-Dienste	14
Navigieren im Internet – Suchmaschinen	18
Charakteristische Merkmale und Besonderheiten von Marketing im Internet bzw. Online-Marketing	21
Merkmal 1: Einzigartige Vorteile des Internets und einer Online-Präsenz für Teilnehmer und Anbieter	22
Merkmal 2: Verfügbarkeit von weltweiten Märkten und Präsenz im Rahmen internationaler Konkurrenz	24
Merkmal 3: Das interaktive Zeitalter – »digitales Beziehungsmanagement«	24
Merkmal 4: Der moderne Konsument – der aktive Kunde	25
One-to-One-Marketing per Internet als Szenario für die Produktentwicklung	26
Übung: Was ist anders an Marketing im Internet	27
Teil 2: Marktdaten, Zielgruppen und Zukunftsprognosen	28
Daten zum Einsatz von Multimedia und Internet in Marketing und Vertrieb	28
Marktdaten	31
Die Internet-Nutzer	33
Marktvolumen und Zukunftsprognosen	37
Was Sie bei der Nutzung der Daten unbedingt beachten sollten	39
Übung: Die Attraktivität des Online-Marktes	39
Teil 3: Online-Einsatz im Marketing: Mögliche Ziele und Anwendungen	40
Online-Marketing als Instrument einer modernen Marketingstrategie	40
Marketing-Ziele einer Online-Präsenz	40
Anwendungen derzeitiger Anbieter mit Business-Cases	51
Übung: Festlegung Ihrer Marktchancen als neuer Anbieter	65

Übung: Stärken-Schwächen-Analyse _____	66
Teil 4: Planung, Realisierung und Implementierung von Anwendungen _____	69
Einsatz von Projektmanagement als effiziente Organisationsform _____	69
Die Planung und Konzeption des Internet-Projektes unter Marketingaspekten _____	71
Checkliste 1 _____	71
Die Realisierung einer Internet-Anwendung _____	78
Checkliste 2 _____	78
Kriterien zur Auswahl des richtigen Dienstleisters für Konzeption und Realisierung _____	83
Checkliste 3 _____	85
Zahlungssysteme im Internet _____	86
Übung: Erstellung einer Marketing-Konzeption für die geplante Internet-Anwendung _____	89
Teil 5: Erfolgreich starten _____	91
Betriebswirtschaftliche Aspekte: Kosten und Nutzen gegenüberstellen _____	91
Rechtliche Aspekte des Marketing im Internet (Gültigkeit für Deutschland) _____	92
Die Einbindung der Internet-Business-Aktivität in den Marketing-Mix _____	95
Checkliste 4 _____	95
Akzeptanzprüfung/Erfolgskontrolle der Online-Aktivität _____	97
Zehn Regeln für das Marketing im Internet _____	101
Übung: Implementierung einer Internet-Anwendung in den Unternehmensalltag _____	103
Anhang _____	105
Glossar _____	108
Literaturverzeichnis _____	110
Übersicht Suchmaschinen _____	