

INHALTSVERZEICHNIS

Seite

Abkürzungsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
1 Thema und Zielsetzung	1
2 Vom Massen-Marketing zum One-to-One Marketing	3
3 Entwicklung des Internets und des Bereichs E-Commerce	6
3.1 Internet in Deutschland 2005.....	11
3.1.1 Soziodemografische Strukturen.....	11
3.1.1.1 Geschlechterverteilung.....	12
3.1.1.2 Altersverteilung.....	12
3.1.1.3 Bildungsstand.....	13
3.1.2 Internetnutzung von Privatpersonen.....	15
3.1.2.1 Technologie.....	15
3.1.2.2 Häufigkeit.....	16
3.1.2.3 Themenschwerpunkte.....	17
3.1.3 Einfluss von Werbung.....	21
3.2 Zukunftsaussichten.....	23
4 Neue Methoden des Online-Marketing	26
4.1 Übersicht.....	31
4.2 Suchmaschinen-Marketing.....	33
4.2.1 Typologie der Suchdienste.....	35
4.2.2 Der deutsche Suchmaschinenmarkt.....	38
4.2.3 Bezahlte Suchmaschinenwerbung.....	41
4.2.4 Suchmaschinenoptimierung.....	45
4.2.4.1 On-Site-Optimierung.....	47
4.2.4.2 Off-Site-Optimierung.....	48
4.2.5 Bezahlte Suchmaschinenwerbung vs. Suchmaschinenoptimierung	49
4.3 Affiliate-Marketing.....	50
4.3.1 Funktionsprinzipien.....	53

4.3.2	Dienstleister.....	56
4.3.2.1	Affiliate-Netzbetreiber	56
4.3.2.2	Anbieter von Partnerprogramm-Verzeichnissen.....	57
4.3.3	Erfolgsfaktoren	59
4.3.4	Geschäftsmodelle	60
4.4	Viral-Marketing	65
4.4.1	Elemente einer viralen Kampagne.....	68
4.4.2	Ziele und Zielgruppen.....	71
4.4.3	Effektive Übertragungsformate	73
4.4.3.1	E-Mail	75
4.4.3.2	Webseiten	76
4.4.4	Zielgruppenspezifisches Streuen.....	77
4.5	Die Zukunft mit Web 2.0	79
4.5.1	Typische Web-Anwendungen.....	82
4.5.1.1	Weblogs	82
4.5.1.2	Wikis.....	84
4.5.1.3	Sonstige	85
4.5.2	Mechanismen	87
4.5.3	Nutzungsmöglichkeiten für das Marketing.....	88
5	Quantitative Erfolgskontrolle von Online-Maßnahmen	93
5.1	Unterschiedliche Kennzahlen für unterschiedliche Kampagnenziele.....	94
5.2	Messverfahren.....	98
6	Grenzen und Risiken	101
6.1	Allgemein im E-Commerce und Online-Marketing.....	101
6.2	Im Hinblick auf die vorgestellten Online-Marketing-Methoden.....	103
7	Wettbewerbsvorteile.....	107
7.1	Allgemein im E-Commerce und Online-Marketing.....	108
7.2	Im Hinblick auf die vorgestellten Online-Marketing-Methoden.....	110
7.3	Vernetzung der Möglichkeiten	113
8	Fazit	114
	Literaturverzeichnis.....	116