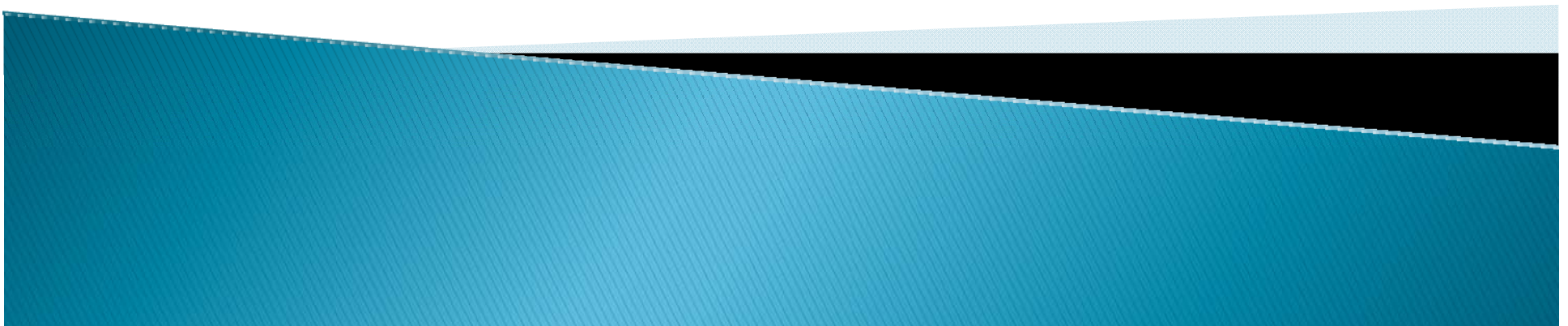


# **Online und Neue Medien – neue Regeln in der online Kommunikation**

DI Ronald Schwärzler, Berater Online & Leiter KURIER Online

# Neue Rahmenbedingungen der Online-Kommunikation

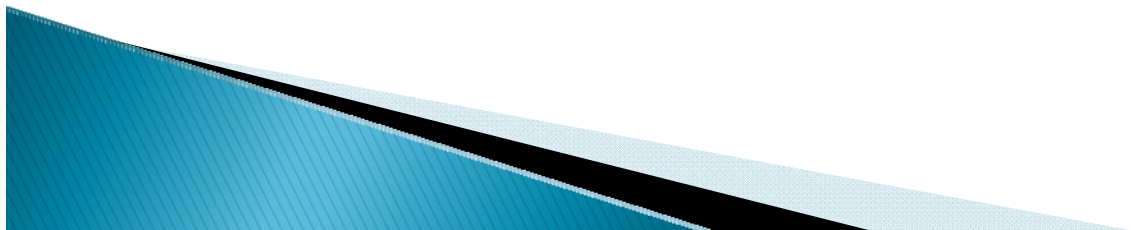
DI Ronald Schwärzler  
Berater Online und Neue Medien  
Oktober 2008



# Web beeinflusst Kaufentscheidungen

- ▶ Der Kauf eines Fernsehgerätes, die Wahl eines Arztes, des Wechsel des Stromlieferanten – kein anderes Medium beeinflusst die Entscheidungen europäischer Konsumenten so stark wie das Internet.
- ▶ Der Internet-Einfluss ist viel größer als erwartet – und auch viel größer als die Marketing-Budgets, die ins Netz fließen.
- ▶ Werbung ist das Modell von gestern. Online-Konversationen, Suchmaschinenoptimierung und eine starke Internetseite werden immer wichtiger

(FAZ, 16. Juni 2008)



# Präsenz im Web ist ein Muss

## Internet-Einfluss auf Entscheidungen

Entscheidungsarten (Angaben in Prozent)

Flugticket kaufen	89
Ferien buchen	87
Auto mieten	75
Aktien kaufen	57
Stromlieferant suchen	54
Hypothek abschließen	54
Gaslieferant suchen	49
Kredit abschließen	48
Arzt wählen	41
Medikament kaufen	39

Quelle: Fleishman Hillard/Harris Interactive

## Stärke der Einflusskriterien

- Beim Kauf eines Flugtickets
- Beim Kauf eines Fernsehers



# Beispiele zu Kaufentscheidungen

## HDTV-Gerät

- Soll: groß, günstig, Plasma

**Geizhals Preisvergleich**

Forum | Kleinanzeigen | Top-100 | Neue Bestpreise | 4 | 8 | 12 | 24 Stunden | Händlerliste | Presse

Hardware | Software | Games | Video/Foto/TV | Telefon & Co | Audio/HIFI | Filme | Haushalt | Sport

Geizhals (Österreich) > Video/Foto/TV > Fernseher > Plasma

Letzte Aktualisierung: 12.10.2008, 17:29 Uhr

**Samsung PS-42A410**

Übersicht & Preise | Preisentwicklung | Bewertungen | Info beim Hersteller

Diagonale: 42"/106cm • Auflösung: 1024x768 (XGA) • Format: 16:9 • Helligkeit: 1500cd/m<sup>2</sup> • Kontrast: 20.000:1 (dynamischer Kontrast) • Betrachtungswinkel (h/v): 175°/175° • Anschlüsse: 2x HDMI, Komponenten (YUV), 2x SCART, VGA, S-Video, Composite Video • Maße (BxHxT): 105.5x75.9x31.6cm

Bild gesucht! Für manche Produkte haben wir leider noch keine Bilder oder keine Genehmigung des Herstellers, seine Produktbilder zu verwenden. Wenn Sie uns selbstgemachte Produktfotos zur Verfügung stellen wollen, laden Sie diese bitte unter [Bspielung.org](#) hoch.

Es liegen noch keine Bewertungen für dieses Produkt vor ([Produkt bewerten](#)).

Besucher, die diesen Artikel angesehen haben, haben auch die folgenden Artikel angesehen:

[anzeigen](#)

Angebote mit den folgenden Bezugsarten anzeigen:

- alle Angebote
- nur Abholung in der Nähe von: A- (Postleitzahl, optional)
- inklusive Versand per  nach

Gewünschte Verfügbarkeit:

- beliebige Verfügbarkeit
- lagernd beim Händler
- kurzfristig lieferbar (bis 4 Werktage)

Angebote filtern  Auswahl merken

Preis in €*	Anbieter	Händler-Bewertung	Verfügbarkeit	Artikelbezeichnung des Händlers
599,-	redcoon.at	Note: 1,88 1399 Bewertungen	versandfertig in 4 Tagen	Samsung PS-42A410 C1 - Plasma TV, HD Ready (12.10.2008, 16:11)
604,-	T-Online-Shop AT	Note: 1,97 279 Bewertungen	sofort lieferbar	Samsung PS42A410C1XXC Samsung PS-42 A 410 C1 Schwarz - Plasma TV, HDready (12.10.2008, 16:11)
629,-	TV-Service RÖDISZ	Note: 1,06 61 Bewertungen	Auf Anfrage	Samsung PS 42 A 410 Plasma-TV 16:9 schwarz Diagonale: 42"/106cm • Auflösung: 1024x768 (XGA) • Format: 16:9 • Helligkeit: 1500cd/m <sup>2</sup> • Kontrast: 20.000:1 (dynamischer Kontrast) • Betrachtungswinkel (h/v): 175°/175° • Anschlüsse: 2x HDMI, Komponenten (YUV), 2x SCART, VGA, S-Video, Composite Video • Maße (BxHxT): 105.5x75.9x31.6cm (12.10.2008, 16:10)
629,-	Mürthshop	Note: 1,13 462 Bewertungen	bitte anfragen	Samsung PS42A410 (TV) Bildschirmdiagonale 107 cm Auflösung 1.024 x 768 Kontraste 20.000:1 Energiesparmodus *****ACHTUNG   ***** Dieser ONLINE-SHOP-Preis gilt nur unter der zwingenden Voraussetzung, d (12.10.2008, 16:11)

# Beispiele zu Kaufentscheidungen

## HDTV-Gerät

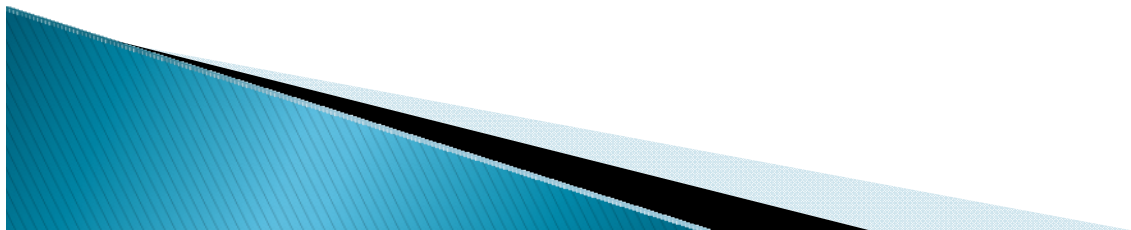
folgende Faktoren sind entscheidend für

- ▶ die Produktwahl

- Bestpreis
- Beliebtheit (Web2.0)
- Bewertung (Web2.0)

- ▶ die Kaufentscheidung

- Kaufpreis
- User-Bewertungen des Lieferanten (Web2.0)
- Preis für Zustellung/Selbstabholung
- Verfügbarkeit



# Beispiele zu Kaufentscheidungen

- ▶ Flug/Hotel für City-Trip
- ▶ z.B. Florenz, Doppelzimmer, max. EUR 100,-
- ▶ Hotel:

[www.hrs.de](http://www.hrs.de),  
[www.hotel.de](http://www.hotel.de)

The screenshot shows the hotel.de website interface. The search results are for hotels in Florence, Italy. The search criteria are: Florence, Italien, Doppelzimmer, 28.11.2008 - 01.12.2008. The results are sorted by hotel rating (absteigend). The table below summarizes the visible results:

Hotelname	Bewertung	Günstigster Preis (Zimmer/Nacht)	Entfernung zum Bahnhof	Entfernung zum Flughafen
Hotel Villa Ambrosina	8,6 von 10 (6 Bewertungen)	65,00 EUR (~89,11 USD) Frühstück inklusive	8,58 km	20 km
Grand Hotel Adriatico	8,6 von 10 (6 Bewertungen)	156,00 EUR (~211,46 USD) Frühstück inklusive	3 km	4 km
San Gallo Palace	8,4 von 10 (7 Bewertungen)	101,00 EUR (~136,91 USD) ohne Frühstück	3 km	3 km
Starhotels Tuscany	8,4 von 10 (6 Bewertungen)	89,10 EUR (~120,78 USD) ohne Frühstück	3 km	2 km
Hilton Florence Metropole Hotel	8,3 von 10 (6 Bewertungen)	119,00 EUR (~161,30 USD) ohne Frühstück	6 km	6 km
Hotel Bretagna	8,1 von 10 (6 Bewertungen)	50,00 EUR (~67,78 USD)	6 km	6 km
Best Western Hotel Laurus al Duomo	8,0 von 10 (7 Bewertungen)	134,00 EUR (~181,64 USD)	6 km	0,2 km
Athenaeum Personal Hotel	8,0 von 10 (7 Bewertungen)	158,33 EUR	6 km	4 km

# Beispiele zu Kaufentscheidungen

- ▶ Flug/Hotel für City-Trip
- ▶ Flug:

[www.checkfelix.at](http://www.checkfelix.at)

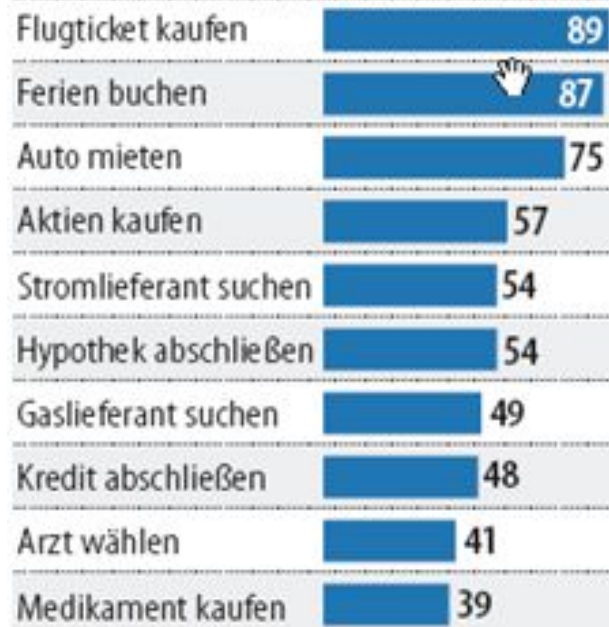
The screenshot shows the checkfelix.at website interface. The main search results are for flights from Vienna (Wien) to Florence (Florenz) for the dates 28.11.08 to 01.12.08. The search results table lists various flight options from different providers, including Ltur, ebookers, opodo, and SPRINGER. The table columns include the provider, flight route (Von - Nach), date, departure and arrival times, stops, and price in EUR. The prices range from 666,32 EUR to 718,34 EUR. The website also features a sidebar with filters for flight times, stops, and price, and a top navigation bar with options for Flüge, Hotels, and Mietwagen. The footer includes contact information and a copyright notice for JaBo Software.

Anbieter	Von - Nach	Datum	Abflug	Ankunft	Stops	Airline	Preis (EUR)
LTURfly.com	FLR - VIE	Mo 01.12.	14:35	18:30	1		666,32
LTURfly.com	VIE - FLR	Fr 28.11.	07:25	14:05	1		666,32
LTURfly.com	FLR - VIE	Mo 01.12.	14:35	19:05	1		666,32
ebookers.at	VIE - FLR	Fr 28.11.	10:00	14:05	1	LX	676,34
ebookers.at	FLR - VIE	Mo 01.12.	14:35	18:30	1	LX	676,34
opodo	VIE - FLR	Fr 28.11.	10:00	14:05	1		676,34
opodo	FLR - VIE	Mo 01.12.	14:35	18:30	1		676,34
SPRINGER	VIE - FLR	Fr 28.11.	10:00	14:05	1	LX	690,30
SPRINGER	FLR - VIE	Mo 01.12.	14:35	18:30	1	LX	690,30
LTURfly.com	VIE - FLR	Fr 28.11.	10:00	14:05	1		708,32
LTURfly.com	FLR - VIE	Mo 01.12.	14:35	21:25	1		708,32
LTURfly.com	VIE - FLR	Fr 28.11.	07:25	14:05	1		708,32
LTURfly.com	FLR - VIE	Mo 01.12.	14:35	21:25	1		708,32
ebookers.at	VIE - FLR	Fr 28.11.	10:00	14:05	1	LX	718,34
ebookers.at	FLR - VIE	Mo 01.12.	14:35	21:25	1	LX	718,34

# Präsenz im Web ist ein Muss

## Internet-Einfluss auf Entscheidungen

Entscheidungsarten (Angaben in Prozent)



Quelle: Fleishman Hillard/Harris Interactive

## Stärke der Einflusskriterien

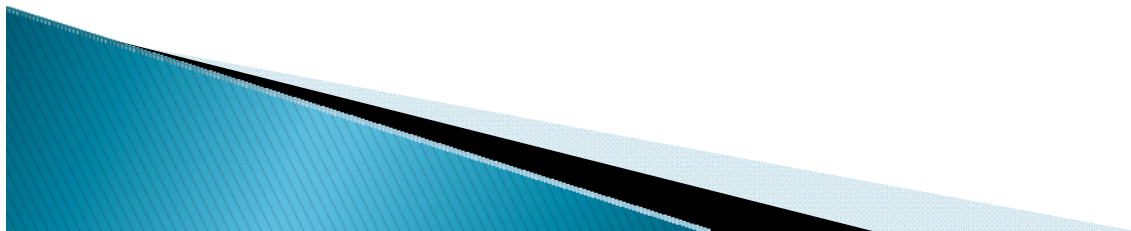
- Beim Kauf eines Flugtickets
- Beim Kauf eines Fernsehers



# Trends: Online-Zeit steigt

tfactory Wien (TrendAgentur )

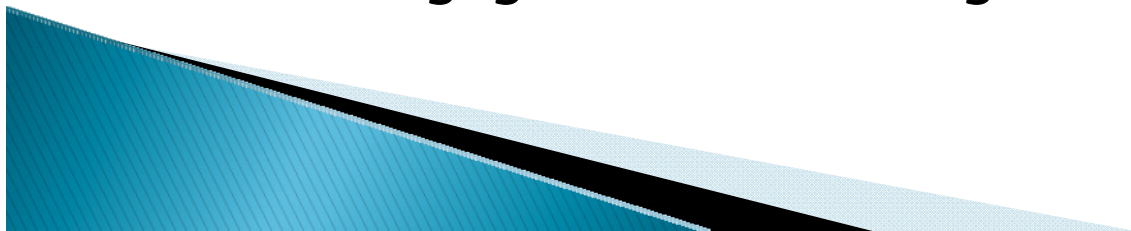
- ▶ 40 Prozent ihrer täglichen Mediennutzungszeit verwenden 11- bis 39-Jährige Österreicher für das Internet.
- ▶ Für Fernsehen bleiben 25 Prozent sowie
- ▶ für Radio und Printmedien nur mehr jeweils zehn Prozent dieses Zeitbudgets übrig.



# Trends: Online-Etats steigen

## FOCUS Werbebilanz August 2008

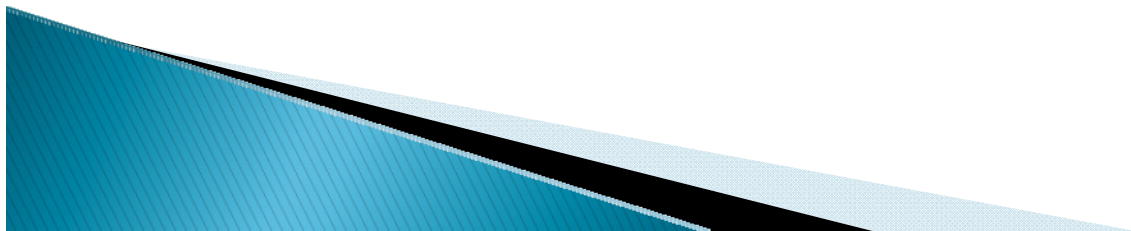
- ▶ Die aktuelle FOCUS Werbebilanz zeigt für den August 2008 einen Anstieg der Bruttowerbeausgaben in der Höhe von 1,5 Prozent. Kumuliert betrachtet liegt das Wachstum in den ersten acht Monaten dieses Jahres bei plus 5,9 Prozent im Vergleich zu den ersten acht Monaten des vergangenen Jahres.
- ▶ In Summe wurden rund 189,3 Mio. Euro im August 2008 in Werbung investiert, davon entfallen rund 4,8 Mio. Euro auf den **Bereich Online, der ein Plus von 19,6 Prozent** im Vergleich zum August des Vorjahres verzeichnen konnte.
- ▶ Der Jänner bis August 2008 zeigt einen gesamten Bruttowerbewert in Höhe von rund 2,06 Mrd. Euro, auf das Medium Online entfallen Werbeausgaben in Höhe von rund 50,6 Mio. Euro. Dies bedeutet einen **Zuwachs von 30,3 Prozent** gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.



# Trends: Web2.0 als Basis für C2C

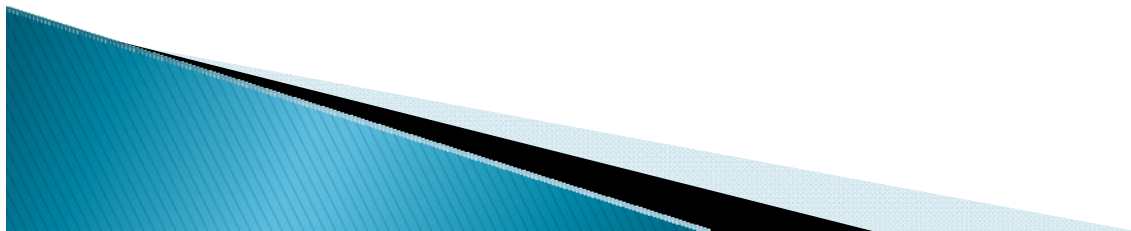
## Markterhebung von A.T.Kearney

- ▶ Ungenutzte Potentiale und der falsche Umgang mit der neuen Macht der Kunden beschert vielen Unternehmen im Web2.0-Zeitalter bis 2015 Umsatzeinbußen von bis zu 16 Prozent.
- ▶ Derzeit messen nur 17 Prozent der Unternehmen den über das Internet zur Verfügung stehenden Möglichkeiten der Kunden in Bezug auf die Meinungsäußerung sowie Produkt- und Servicebewertung eine hohe oder sehr hohe Bedeutung bei.
- ▶ Diese sogenannte "Customer Energy" wird an Stellenwert dazugewinnen. Den Experten von A.T.Kearney zufolge wird sich die Customer Energy bis 2015 bereits für drei Viertel der Unternehmen zum kritischen Erfolgsfaktor etablieren.



# Fazit: Professionalisierung

- ▶ Web2.0-Elemente ("customer energy")
  - Relevante Plattformen identifizieren/beobachten
  - offensiv agieren und
  - auf User-Input reagieren
- ▶ Kreativität und außerordentliche Ideen ziehen  
Beispiel: Entwicklung der KFZ-Werbung  
von der Display-Anzeige über den  
Hochglanz-Prospekt zur interaktiven  
Web2.0-Plattform



# Interaktive Web2.0-KFZ-Werbung

- ▶ Reichweitenstarke Plattform als Partner
- ▶ Web2.0-Elemente ("customer energy")
  - User bewerben sich
  - Bewertungen
  - Abstimmungen
  - Inhaltliche Beiträge der User (Blogs)
- ▶ Kombination von Web- und Offline-Werbemitteln

The screenshot shows a web browser window displaying the 'Fiesta on TOUR' campaign on the Kurier website. The browser's address bar shows 'http://www.kurier.at/fiesta/'. The website features a red header with the 'KURIER' logo and navigation tabs for 'NACHRICHTEN', 'Fiesta on TOUR', 'KULTUR', 'GELD & WIRTSCHAFT', 'SPORT & MOTOR', 'FREIZEIT & GESUNDHEIT', and 'KULT'. Below the header, a large banner displays a red Ford Fiesta with the text 'Ford Fiesta on TOUR' and the slogan 'FordFiesta | Feel the difference'. A search bar is visible in the top right corner. The main content area includes a section for voting on winners, a blog post titled 'Ellen: Alte Freunde treffen neues Auto', and a section for voting on favorite cars. The bottom of the page features a row of three small images: a red Fiesta, a red Fiesta with a play button, and a woman standing next to a red Fiesta.

# Herausforderung

~~Neue~~ zeitgemäße  
Rahmenbedingungen der  
Online-Kommunikation

Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit

DI Ronald Schwärzler

0680-2008246

[ronald@schwaerzler.com](mailto:ronald@schwaerzler.com)

