

O-TÖNE ZUM THEMA ONLINE-MARKETING

Welche Trends bestimmen das Online-Marketing?

»Online-Werbung ist mittlerweile zweitstärkstes Werbemedium und gerade im Branding- wie im Performance-Bereich dabei, ein völlig neues Qualitäts-Level zu erreichen: Nahezu unbegrenzte Möglichkeiten an Animation, Interaktion und Partizipation, Werbebotschaften verschmelzen mit relevanten Inhalten zu kreativen, maßgeschneiderten Markenwelten.«



HEIKO GENZLINGER, stellvertretender Geschäftsführer und Commercial Director Yahoo Deutschland, München

»Menschen kommunizieren, auch um zu überleben. Und das war schon immer so. Deshalb bestimmt das am schnellsten wachsende Medium aller Zeiten – Social Media – auch die Marketing- und Vertriebstrends der Zukunft. Social Commerce, Social Advertising, Social Business, Social Capital, Social CRM – die Welt wird social. Und das ist gut so.«



CHRISTIAN EHL, Geschäftsführer Hillert und Co., München



»Ein großer Trend, der auch in Deutschland immer mehr an Bedeutung zunehmen wird, ist Real Time Bidding für den Display-Bereich. Großes Potenzial sehen wir nach wie vor bei den Themen Bewegtbild und Mobile, wo durch die anhaltende Verbreitung von Smartphones, Tablets und anderer mobiler Devices enorme Möglichkeiten entstehen.«

»Ein großer Trend, der auch in Deutschland immer mehr an Bedeutung zunehmen wird, ist Real Time Bidding für den Display-Bereich. Großes Potenzial sehen wir nach wie vor bei den Themen Bewegtbild und Mobile, wo durch die anhaltende Verbreitung von Smartphones, Tablets und anderer mobiler Devices enorme Möglichkeiten entstehen.«

RONALD PAUL, Geschäftsführer Quisma, München



»Individuelles und personalisiertes Online-Marketing heißt die Devise für die nächsten Jahre. Man wird immer mehr versuchen, möglichst jedem einzelnen User ein maßgeschneidertes Angebot zu bieten. Über Social Media und Apps kann immer mehr über den

Kunden gelernt werden, Retargeting ermöglicht die erneute Ansprache gemäß des Surfverhaltens von Kunden auf der eigenen Seite, persönliche Landingpages, die alle Erkenntnisse vereinen, sowie passgenaues E-Mail-Marketing auf Basis der Vorlieben, werden die Effizienz in der Kundenansprache weiter steigern.«

RENÉ KÖRTLING, Geschäftsführer Exelution GmbH, München

»Werbewirkungsnachweis und Crossmedia – das sind die entscheidenden Schlagworte im Online-Marketing. Zudem ist es absolut essenziell, die Werbewirkung durch kontinuierliche Messungen zu kontrollieren und zu verbessern.«



MATTHIAS WAHL, Geschäftsführer OMS, Düsseldorf



»Context is king. Für erfolgreiches Marketing rücken die Aspekte Ort, Zeit und individuelle Bedürfnisse in den Mittelpunkt – zusätzlich angetrieben durch das Aufkommen mobiler Kommunikation.«

TOM DAVIS, Digital Director JWT Group Germany, München

»Online-Marketing wird auch zukünftig durch Social Media geprägt sein – und zwar auf fast allen Ebenen. Konkret bedeutet das: Reichweitenaufbau wird nicht mehr via Bannermarketing, sondern durch Facebook Ads erfolgen und Bannernetzwerke durch individuelles Kooperationsmanagement ersetzt. Selbst Newsletter werden durch Maßnahmen auf Social-Network-Pinnwänden an Relevanz verlieren.«



SIMON UMBREIT, Geschäftsführer Weitlick GmbH, Stuttgart