

Werbung im Internet – Chance und Risiko für KMUs?



Während sich die Onlinewerbung besonders bei kleinem Budget anbietet, können Printmedien regional markante Vorzüge bringen.

Contra Onlinemarketing:

- » Blockaden: Internetwerbung kann von Tools wie Adblock blockiert werden und damit unbrauchbar sein.
- » Übersättigung: Der Onlinemarkt ist in vielen Branchen übersättigt. Wer sich abgrenzen und auffallen möchte, braucht hervorragende Strategien und Web-Auftritte.
- » Wirkung: Gerade weil sich so viele Unternehmen auf das Onlinemarketing verstärkt konzentrieren, fühlen sich viele User von Werbung gestresst, belästigt und genervt.
- » Werbeblindheit: Auch eine gewisse Werbeblindheit ist bei der Onlinekundschaft zu beobachten. Über die Jahre haben Internetnutzer gelernt, eingblendete Werbung erfolgreich zu ignorieren.

Pro von Printwerbung:

- » Haptik: Viele Menschen bevorzugen nach wie vor die Werbung «zum Anfassen». Printwerbung hat den Vorteil, dass sich bedrucktes Papier auch fühlen lässt.
- » Langlebigkeit: Printwerbung ist langlebiger als die Onlinewerbung. Im Gegensatz zu virtuellen Bannern und eingblendeter Werbung können Flyer, gedruckte Anzeigen und Visitenkarten nicht mit einem Klick aus dem Sichtfeld des Betrachters verschwinden. Im Idealfall behalten potenzielle Kunden die Printwerbung bei sich, zeigen sie anderen Menschen und kommen am Ende auf das Unternehmen zurück.
- » Vertrauen: Was bei jüngeren Zielgruppen weniger stark gilt, ist bei älteren Menschen nicht zu leugnen: Das Vertrauen. Von der älteren Zielgruppe werden Printmedien als seriöser eingestuft als Onlinewerbung. Die Werbung wirkt für sie verbindlicher.

Pro Onlinemarketing:

- » Optimierung und Anpassung: Onlinemarketing-Massnahmen und Werbung lassen sich zeitnah und unkompliziert anpassen, so dass es leicht fällt, die Strategie zu verändern und zu optimieren.
- » Messbarkeit: Anhand von diversen Daten, wie beispielsweise Besucherzahlen und Klicks, lassen sich Onlinemarketing-Massnahmen exakt auswerten.
- » Zielgruppengenauigkeit: Das Internet hat im Vergleich zur Printwerbung den Vorteil, dass aufgrund der technischen Möglichkeiten zahlreiche Plattformen erlauben, die gewünschte Zielgruppe gezielt anzusprechen, ohne hohe Streuverluste verzeichnen zu müssen.
- » Klare Kaufabsichten: Hinzu kommt, dass sich Onlinewerbung genau dort platzieren lässt, wo potenzielle Kunden mit klarer Kaufabsicht zu finden sind. Die Erfolgchancen steigen und Ziele hinsichtlich der Umsatzsteigerung lassen sich schneller erreichen.

Egal ob Gründer oder langjähriger Unternehmer – die Frage nach dem idealen Marketingkonzept beschäftigt jeden Selbstständigen. Dabei stellt sich die Frage, welche Vor- und Nachteile sowohl Print- als auch Online-Marketing mit sich bringen und welche Marketingform sich am besten mit der individuellen Zielgruppe und den unternehmerischen Zielen vereinbaren lässt. Fest steht: Das Internet ist aus dem gewerblichen Geschehen nicht mehr wegzudenken.

Vor- und Nachteile von Onlinemarketing und Printwerbung

Das Internet hat einen grossen Beitrag zur weltweiten Digitalisierung beigetragen. Online werden nicht nur Neukunden und Aufträge gewonnen, sondern auch wertvolle Kontakte zu Geschäftspartnern geknüpft, Recherchen durchgeführt und Einkäufe erledigt. Ohne das Internet ist ein funktionsfähiger Betrieb kaum noch vorstellbar. Die Onlinewerbung hat daher zweifelsfrei ihre Daseinsberechtigung, viel mehr noch: Sie ist notwendig, um am Puls der Zeit zu bleiben und die Zielgruppe zu erreichen. Denn wo wäre Werbung besser platziert, als dort wo sich die potenzielle Kundschaft sowieso täglich aufhält? Online-Magazine, Social Media, Onlineshops und nicht zuletzt Suchmaschinen sind es, die heute den Unterschied machen und wichtige Plattformen zur Unternehmens-, Produkt- oder Dienstleistungspräsentation darstellen. Egal ob Bannerwerbung, Social Media Marketing, Web-Anzeigen, Suchmaschinenoptimierung oder Webdesign – es bestehen viele Lösungen, um online präsent zu sein und die Stärken der Unternehmung in Szene zu setzen. Doch wie alles, so hat auch Onlinemarketing seine Vor- und Nachteile.



Durch die richtigen Massnahmen in Suchmaschinen wie Google werden die jeweiligen Anbieter und deren Produkte besser gefunden. Dieser Umstand allein kann sich spürbar auf den Umsatz eines Unternehmens auswirken.

Öffentlicher Impulsvortrag, präsentiert vom Fraubrunner Anzeiger

«Erfolgreiche Werbung in den neuen Medien»

Referent: Martin Aue, Unternehmercoach, Dozent und Autor

Donnerstag, 6. September 2018 von 19.00 bis 21.00 Uhr

Unkostenbeitrag: 35.– inkl. Vortragsunterlagen

Durchführung Anlass:

Zentrumssaal, Zentrumsplatz 8, 3322 Urtenen-Schönbühl

Die Anmeldung sowie weitere Infos zum Anlass finden Sie auf www.unternehmercoaching.ch oder per Telefon unter 033 650 10 10.



Martin Aue, Unternehmercoach sagt: Ein gut gemachtes Inserat ist nicht vom Tisch – es sollte heute einfach mit Online-Massnahmen kombiniert werden.

Contra von Printwerbung:

- » Preis: Preislich kann die Printwerbung mit den günstigen Alternativen des Internets nicht mithalten.
- » Anpassungsfähigkeit: Im Gegensatz zu Onlinewerbung lässt sich gedruckte Werbung nicht mehr ändern. Fehler können nicht rückgängig gemacht werden und auch Tests lassen sich nur schwer durchführen.
- » Streuung: Die Streuverluste sind bei Printwerbung tendenziell extrem hoch. Im Vergleich zur Onlinewerbung kann Printwerbung nur in sehr geringem Masse zielgruppenorientiert platziert werden.

zentriert, sondern die Kundschaft in beide Richtungen berät und optimale Lösungen entwickelt. Während sich die Onlinewerbung besonders bei kleinem Budget anbietet, können Printmedien regional markante Vorzüge bringen. Die Kombination aus beidem kommt bei einer Vielzahl von Kunden gut an. Beispielsweise kann es vorteilhaft sein, mit Hilfe von QR-Codes innerhalb von Printmedien auf Onlinemedien aufmerksam zu machen und wiederum innerhalb von Internetauftritten auf Printlösungen hinzuweisen wie beispielsweise durch Links zur Anforderung von Katalogen und Informationsmaterial. Martin Aue, Referent am Infoanlass zum Thema «Werbung in den neuen Medien» in Urtenen-Schönbühl, sagt: „Das sogenannte Crossmedia-Marketing ist eine empfehlenswerte Lösung, um beide Werbeformen miteinander zu vereinen. Denn egal ob ein Unternehmen ausschliesslich lokal tätig ist oder ob es weltweit agiert – Print- und Onlinewerbung spielen eine wesentliche Rolle, wenn es darum geht, ein Business bestmöglich zu präsentieren, sich von der Konkurrenz abzuheben und Neukunden zu gewinnen.“

Herkömmliche und neue Massnahmen kombinieren

Stirbt Printwerbung aus? Diese Frage kann trotz der steigenden Nachfrage nach Onlinemarketing klar verneint werden. Denn ganz ohne Printmedien geht es nur in wenigen Branchen und Nischen. Zudem hat sich auch im Bereich Print viel getan und innovative Massnahmen wurden hervorgebracht. Schaut man sich das Angebot von erfolgreichen Werbeagenturen an, wird schnell deutlich, dass sich der Grossteil nicht auf eine Form des Werbens kon-