

Marketing im Internet will gelernt sein

Chancen und Schwierigkeiten bei der ersten deutschen Fachtagung in Fürth erörtert

FÜRTH - Die Zukunft gehört dem Internet: Doch wie soll man dort noch Beachtung finden, wenn monatlich neun Millionen neue Websites ins Netz gestellt werden? Eine Frage, der Experten bei der ersten deutschen Videomarketing-Konferenz im Hotel Pyramide nachgingen.

Früher konzentrierten sich Experten auf geschickt gewählte Schlüsselbegriffe, die auf den Seiten der Suchmaschinen einen möglichst hohen Listenplatz garantieren sollten. Heute ist man in den USA längst einen Schritt weiter. Mit Videos sichert sich die Fachwelt die Präsenz auf den besten Plätzen.

Wer schon mal im Internet auf der Suche nach einer bestimmten Information gewesen ist, erinnert sich: Nur durch die ersten Seiten mit Links, die die Suchmaschine zusammengestellt hat, klickt man sich. Alles was weiter hinten gelistet wurde, bleibt für die meisten Nutzer im Verborgenen. Für Firmen, die das weltweite Netz zu Marketingzwecken nutzen wollen, geht damit die Rechnung nicht auf.

Ein Video erhöht die Chancen, wahrgenommen zu werden und damit Kunden zu gewinnen, um ein Vielfaches, da Suchmaschinen einem Film automatisch mehr Inhalt und damit einen höheren Informationswert einräumen. Das wiederum reicht zu einem vorderen Listenplatz. Diese Erkenntnis hat sich jedoch in Deutschland noch nicht herumgesprochen.

Reichlich Gespräche

Selbst unter den praktizierenden Firmen gibt es noch reichlich Gesprächsbedarf. Für Peter Ponnath (Telefilm Medienprojekte), Thomas Hartmann (Viracom) und Robert Biermann (VideoCounter.com) war das Anlass, eine Konferenz mit Teilnehmern aus der ganzen Bundesrepublik zu veranstalten. Von den Vorträgen, Fragerunden und Gesprächen profitierten nicht nur die potentiellen Kunden, die erfuhren, was die Serviceanbieter heute schon leisten können. Sondern es war für diese wiederum interessant, mehr über die Kundenwünsche zu erfahren.

Denn Internetauftritte werden weiter an Bedeutung gewinnen, wie Thomas Hartmann erläuterte. Schließlich lässt sich auf keinem anderen Weg ein Produkt so schnell, langfristig und qualitativ gut vermarkten. Auch im Hinblick auf Reichweite und Kosten ist das weltweite Netz kaum schlagbar, wenn es richtig genutzt wird.

So gesehen steckt in der gegenwärtigen Finanzkrise für diese Branche auch eine Chance. Nicht zuletzt deshalb soll voraussichtlich noch in diesem Jahr die zweite deutsche Videomarketing-Konferenz stattfinden.

JUTTA PSCHERER

@ www.videomarketing-konferenz.de