



Online-Marketing-Grundlagen (2021)

Autor: Josefa Niedermaier | Position: Senior Copywriter & Content Writer | Zuletzt aktualisiert: 29. April 2021

Quelle: <https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/online-marketing/grundlagen/>

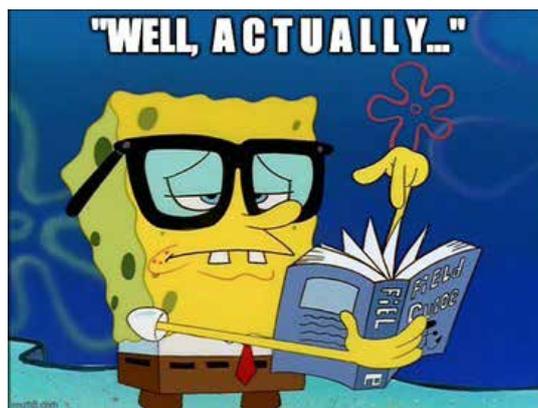
Du willst dir einen Überblick über **die wichtigsten Begriffe und Abkürzungen im Online-Marketing** machen? Du fragst dich, welche Bereiche es im Internet-Marketing eigentlich gibt und was eine gute Content-Kampagne im Online-Marketing ausmacht?

Oder suchst du einfach nur nach einem konkreten **Beispiel für die Customer Journey** und was das aus Online-Marketing-Sicht bedeutet?

Perfekt, all das findest du in diesem Kapitel. Back to basics! Gleich zu Beginn müssen wir mit **einer Begriffsunterscheidung** loslegen. Oft wird nämlich „digitales Marketing“ oder Digital Marketing als Synonym für Online-Marketing verwendet – obwohl es eigentlich zwei Paar Schuhe sind:

- **Online-Marketing** ist ein Teilbereich von digitalem Marketing.
- **Digital Marketing** ist der Überbegriff und meint Marketingmaßnahmen auf allen digitalen Medien, also z. B. auch im Radio oder Fernsehen.

Der Kerngedanke bleibt allerdings gleich und „online“ ist nun mal eindeutig eine Teilkomponente von „digital“. Deshalb verwende ich hier Online- und Digital Marketing ebenfalls synonym. Und das war's schon mit der Wortklauberei. ;)





Wichtige Online-Marketing-Begriffe

Hast du dich auch schon mal in der Begriffswüste rund um Online-Marketing verirrt? Dann ist dieser Abschnitt für dich. Schluss mit Verwirrung, hier kommt dein Spickzettel!

Die wichtigsten Online-Marketing-Abkürzungen und -Schlagworte sind:

- **KPI:** Key Performance Indicator, d. h. Messwerte für den (Miss-)Erfolg einer Maßnahme
- **CRO:** [Conversion-Rate-Optimierung](#)
- **AIDA:** Awareness, Interest, Desire, Action sind die vier Phasen im Marketing-Trichter.
- **ROI:** Return On Investment
- **ROAS:** Return On Ad Spend
- **CPM:** Cost Per Mille
- **CPC:** Cost Per Click
- **PPC:** Pay Per Click
- **SEO:** Search Engine Optimization (Suchmaschinenoptimierung)
- **SEA:** Search Engine Advertising ([Suchmaschinenwerbung](#))
- **SEM:** Search Engine Marketing ([Suchmaschinenmarketing](#))
- **Kommunikationspolitik:** alle Maßnahmen der Kommunikation, die ein Unternehmen einsetzen kann (u. a. PR, SEO, E-Mail-Marketing, Display-Werbung, Social Media, ...)
- **Performance-Marketing:** Strategie im digitalen Marketing, die auf datenbasierte Analysen setzt
- **Customer Journey / Buyer Journey:** die „Reise“, die Kund*innen durchlaufen, bevor es zum Kauf oder einer ersten Kontaktaufnahme kommt
- **Paid-, Earned- und Owned Media:** Medienformate und -erwähnungen, die du entweder bezahlst (Paid), durch einen guten Ruf verdienst (Earned) oder selbst bespielen kannst (Owned)

Speziell **Earned- und Owned Media sind wertvoll**, denn sie bleiben dir langfristig erhalten. Eine positive Google-Rezension (Earned Media) oder ein umfassender Ratgeber wie dieser hier (Owned Media) sind dauerhaft viel mehr wert als eine kurzlebige Facebook-Anzeige.

Falls du ein konkretes Rechenbeispiel willst, schau dir kurz das Video an: https://youtu.be/a8hI0GrBP_c

Was alles zu Paid-, Earned- und Owned Media zählt, siehst du in der Grafik:



Gehen wir noch ein wenig weiter ins Detail: **Owned Media sind der wertvollste Teil deiner Strategie.** Konkret sind damit die Website und dein E-Mail-Marketing gemeint.

Warum?

Weil du über diese beiden Medien **volle Kontrolle** hast. So kann es dir nicht passieren, dass jemand Externes deinem Content-Marketing einen Strich durch die Rechnung macht. Bei Social Media trifft das leider nicht zu (was aber nicht heißt, dass du deshalb auf diese Kanäle verzichten solltest).

Lerne noch mehr über Content-Marketing auf unserem [YouTube-Kanal!](#)

Welche Bereiche gibt es im Online-Marketing?

Online-Marketing ist ein breites Feld und je nachdem, was deine [Ziele](#) sind, wirst du dich auf unterschiedliche Bereiche konzentrieren. Dazu zählen:

- SEO und SEA (Suchmaschinen- bzw. Website-Marketing)
- [Content-Marketing](#)
- Social-Media-Marketing
- E-Mail-Marketing
- Affiliate-Marketing
- Display-Werbung (bezahlte Anzeigenwerbung)
- Influencer-Marketing

Online-Marketing-Kanäle

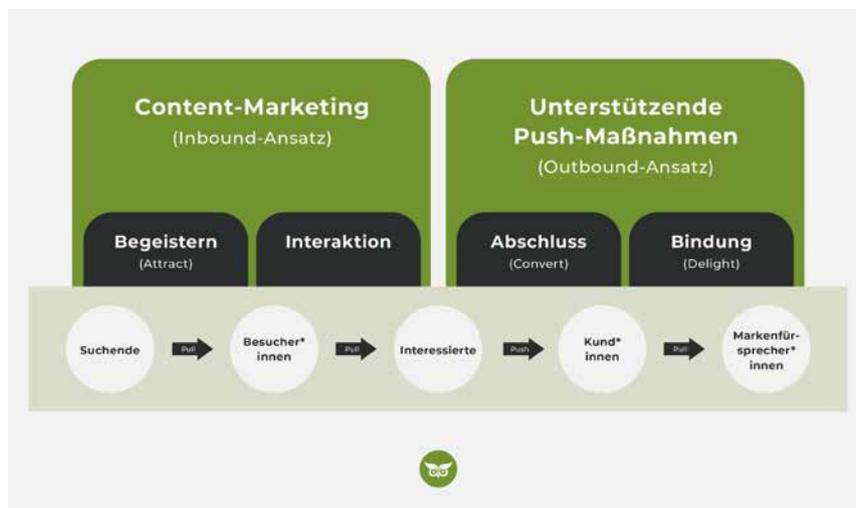
Du willst genauer wissen, was mit den Bereichen jeweils einhergeht? Ausführlich nachzulesen gibt's das im Kapitel zu [Online-Marketing-Kanälen!](#)



Fürs Erste belasse ich es bei einem Überblick, was gutes Online-Marketing grundsätzlich ausmacht – egal, mit welchen Kanälen und Formaten du es zu tun hast. **Gute Online-Marketing-Kampagnen sind...**

- aktuell
- relevant für die Zielgruppe
- von A bis Z durchdacht und mit Blick auf das Ganze geplant
- für Mobilgeräte optimiert
- ein ausgewogenes Zusammenspiel aus Push- und Pull-Maßnahmen zum richtigen Zeitpunkt

Der letzte Punkt ist besonders wichtig, denn obwohl [Inbound-Marketing 2021](#) ein unverzichtbarer Ansatz geworden ist: Ganz ausgedient hat Pull-Marketing (d. h. aktives Werben) trotzdem nicht. Es kommt nur auf **das passende Timing an**. Den kompletten Zusammenhang siehst du hier:



Mit diesem Theoriewissen bist du schon recht gut aufgestellt. Noch besser als reine Theorie funktioniert jedoch bekanntlich die Praxis. Deshalb im Anschluss ein **konkretes Beispiel für Online-Marketing** – mit all seinen Tücken...

Du willst mehr über die Online-Marketing-Kanäle wissen? [Zum nächsten Kapitel wechseln!](#)

Wie funktioniert Online-Marketing?

Es ist wieder mal Zeit: Für unser Beispiel muss ich persönlich werden. Also, raus mit dem Geständnis: Lärm und ich, wir vertragen uns nicht. Nada. Wirklich absolut nicht. Ein Mitbewohner, der beim Kochen gern schwungvoll durch die Küche wirbelt? Für andere Leute vielleicht nicht mal wahrnehmbar, für mich eine mittlere Katastrophe. Die Baustelle vor dem Fenster im Homeoffice? Let's not go there...



via GIPHY

Du kannst es dir denken: Noise-Cancelling-Funktionen und Ohrstöpsel sind oft meine Lebensretter. Wer immer mir die Instagram-Anzeige für Ohrstöpsel in den Feed gespült hat, wusste das wohl. Gutes Social-Media-Targeting, ich muss es ihnen lassen.

Ich bin in dem Moment auf den ältesten Werbetrick überhaupt reingefallen (und nicht stolz drauf): das **Versprechen, dass Produkt XY meinen Alltag besser machen wird**. Ich klicke auf die Anzeige. Und vom Instagram-Profil direkt weiter auf die Website des Anbieters.

Bisher die **perfekte Buyer's Journey**, oder?

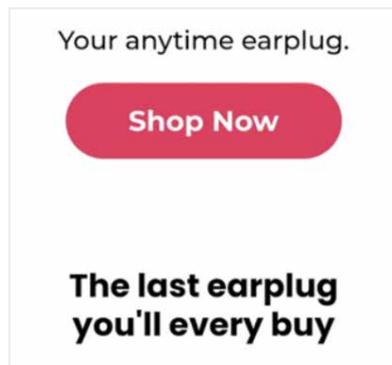
Ein Bedürfnis trifft auf eine Marke, die eine Lösung bietet, die Nutzerin erlebt einen nahtlosen Übergang von einem Kanal zum nächsten... Ach, es könnte so schön sein! Applaus, Applaus, Don Draper wäre stolz!



via GIPHY

Die Realität: Ich sitze nach wie vor ohne Ohrstöpsel da.

Was nicht an Lieferproblemen o. Ä. liegt, sondern daran, dass mich das **Angebot dann eben doch nicht überzeugt** hat. Los ging die ganze Misere mit einem simplen Tippfehler auf der Landingpage:



Quelle: loopearplugs.com

Ein schlechter erster Eindruck, klar, aber nicht mal ich bin so pedantisch, dass ich wegen eines Tippfehlers abspringe. Ich habe nur die Website verlassen und **nach Rezensionen gesucht**.

Und danach war meine Buyer's Journey zu Ende, denn **die Bewertungen waren relativ durchwachsen**. Was an den Kritikpunkten dran ist? Keine Ahnung. Für „einfach mal ausprobieren“ war das Produkt zu teuer.

Die Marketing-Kampagne ist also in meinem Fall aus mehreren Gründen gescheitert:

- ein Schnitzer auf der Landingpage – kein Weltuntergang, aber auch kein Vertrauenssignal
- teils enttäuschte Bewertungen von Kund*innen
- kein Versuch, erneut Aufmerksamkeit zu wecken (Retargeting)

Bitte nicht falsch verstehen, ich bin froh um jede Werbung, die mir erspart bleibt. Aber aus Marketing-Perspektive ist das eine verpasste Möglichkeit.

Das Fazit:

Überlege dir im Online-Marketing bei jedem Schritt, **wo die User*innen stolpern könnten** und was du tun musst, um das zu verhindern. Du selbst wünschst dir als Nutzer*in auch eine reibungslose Erfahrung, oder? Dann sei dir sicher: Da bist du nicht allein.

Fallen dir spontan weitere Fallstricke ein? Schreib sie uns gerne in die Kommentare. Und falls du gleich weiterlesen möchtest, sehen wir uns in der Übersicht zu Online-Marketing!

Willst du Online-Marketing von Grund auf lernen? Hier geht's zu unserem [Online-Marketing Ratgeber!](#)