

Die Studienarbeit „Einsatzmöglichkeit des Internet als Instrument im Internationalen Marketing“ (1999, 27 Seiten, Note: 1,3) ist erhältlich

- per E-Mail als pdf-Datei für € 25,-
- oder per Post für € 30,- (inklusive Versandkosten und Nachnahmegebühren)

bei michael@franke-info.de

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

1. Einführung zum Internet

- 1.1. Geschichte des Internet
- 1.2. Struktur und Aufbau des Internet
- 1.3. Nutzung des Internet
- 1.4. Zukunft des Internet

2. Die relevanten Internet-Dienste für das internationale Marketing

- 2.1. E-Mail
- 2.2. World Wide Web
 - 2.2.1. Möglichkeiten des WWW
 - 2.2.2. Kommerzielle Nutzung des WWW

3. Einsatzmöglichkeiten und Grenzen des Internet im Marketing-Mix

- 3.1. Einsatzmöglichkeiten in der Produktpolitik
- 3.2. Einsatzmöglichkeiten in der Preispolitik
- 3.3. Einsatzmöglichkeiten in der Distribution
 - 3.3.1. Geeignete Produkte
 - 3.3.2. Vor- und Nachteile des Online-Shoppings für Kunden
 - 3.3.3. Vor- und Nachteile des Online-Shoppings für Anbieter
- 3.4. Einsatzmöglichkeiten in der Kommunikation
 - 3.4.1. Werbung
 - 3.4.2. Sales Promotion
 - 3.4.3. Messe
 - 3.4.4. Event-Marketing
 - 3.4.5. Public Relations
 - 3.4.6. Direkt-Marketing
 - 3.4.7. Sponsoring
 - 3.4.8. Interne Kommunikation

Schlußbetrachtung

Die Zukunft des Internet als Instrument im internationalen Marketing

Einleitung

„We're at the very beginning of the interactive-multimedia revolution, which makes it an exciting time.“ (Bill Gates ¹, Microsoft Chairman)

Nur wenige Schlagwörter beschäftigen seit einiger Zeit häufiger die Medien als das „Internet“ und dessen atemberaubende Entwicklung. Es sind sich alle einig, daß hier ein neues Kommunikationsmedium entstanden ist, daß zu Recht als die Technologie der 90er Jahre bezeichnet wird. Das Internet - ursprünglich für eine exklusive Schar von Wissenschaftlern entwickelt - hat sich zu einem Medium gewandelt, das nicht nur quer durch sämtliche gesellschaftliche Schichten genutzt wird, sondern in einigen Bereichen zum Alltag gehört wie Telefon und Fax.

Doch was genau versteht man unter dem Begriff „Internet“? In der Literatur lassen sich verschiedene Definitionen finden. Trotz des variierenden Wortlautes einiger Definitionen läßt sich für den Begriff „Internet“ jedoch ein zentrales Merkmal wiederfinden: Es handelt sich hierbei um ein weltweites Netzwerk bestehend aus verbundenen Computernetzwerken, die alle Daten miteinander austauschen können.²

Dadurch bietet das Internet in vielen Bereichen interessante Einsatzmöglichkeiten, so auch für das Marketing. Es ergeben sich zum einen neue Marktchancen für Soft- und Hardwarehersteller, zum anderen ist es möglich, das „Net“ als Marketing-instrument in diversen Bereichen einzusetzen.

Laut *Hamburger Abendblatt* vom 13. März 1998 verfügten 1997 mehr als 245 Millionen Menschen weltweit über einen Personal Computer. Durch Anschluß-möglichkeiten im Berufsleben, in der Hochschule oder zu Hause haben allein in den USA einige Dutzende Millionen Amerikaner Zugriff auf das Internet; 18 % der US-Bevölkerung abonnieren ein Online³-Dienst. Selbst wenn die Zahlen in Europa etwas niedriger sind, ist der Trend doch derselbe. Und es wird bloß eine Frage der Zeit sein, bis die aufstrebenden Länder der anderen Kontinente nachziehen werden.

Das weltumspannende Netz „Internet“ bietet sich als Plattform für das internationale Marketing regelrecht an. Durch die ständig steigende Anzahl von Teilnehmern wird es zudem für die Unternehmen zunehmend wichtiger, das Internet in ihrer Marketingplanung zu berücksichtigen. Ich gehe deshalb in meinen Ausführungen besonders auf die Einsatzmöglichkeiten und die Grenzen des Internet im Marketing-Mix ein. Einführend beschäftige ich mich kurz mit der Geschichte, den Grundlagen und der Zukunft des Internet. Etwas ausführlicher werden ich die beiden relevanten Internet-Dienste für das internationale Marketing - das World Wide Web und die E-Mail - vorstellen.

¹ Zitat aus *@times* vom 9. Mai 1995

² Vgl. *Oenicke*, 1996, S. 29

³ Mit dem Begriff „**Online**“ wird ein Computer bezeichnet, der mit dem Netzwerk verbunden ist.