

Online Marketing Manager*in

Handbuch für die Praxis

» Hier geht's
direkt
zum Buch

DAS VORWORT

Vorwort

Von Karl Kratz

Liebe Leserin, lieber Leser,

Online-Marketing. Und was bleibt? Dieser eine schnell dahergesagte Satz steht gefühlt in jedem Vorwort von Online-Marketing-Büchern der letzten 20 Jahre: »Das Internet und seine Technologien verändern sich rapide.« Diese Aussage mag in jedem einzelnen Buch gültig sein, doch welche Konsequenz sollten wir daraus ziehen?

Vielleicht hilft ein kleines Gedankenspiel: Bereits nach wenigen Jahren sind die Auswirkungen unseres heutigen Handelns im Online-Marketing oft kaum mehr relevant oder existieren vielleicht schon nicht mehr. Das klingt zunächst absurd und pessimistisch. Beim genaueren Nachdenken fallen uns dann all die Webprojekte ein, die in den letzten Jahren gekommen und gegangen sind. Und mit ihnen all die Texte, Bilder, Links, Rankings, Tränen, Nerven, Überstunden, Social Signals, Domains. Ganze Plattformen und Suchsysteme sind innerhalb von knapp drei Dekaden geboren worden und schon längst wieder gestorben. Und fast alles, was wir heute im Online-Marketing erzeugen, wird es in 50 Jahren bereits nicht mehr geben. In 500 Jahren ist der größte Teil unserer heutigen Handlungen vollständig verschwunden und kaum noch rekonstruierbar. Dieses Gedankenspiel bringt uns zu dieser einen mächtigen Frage: »Was bleibt?«

Das obige Gedankenspiel zeigt deutlich, was für eine romantische Illusion die konventionelle Idee der »Nachhaltigkeit« doch ist: Aus einer Momentaufnahme heraus ist sie noch sinnvoll, mit einem Blick über

»gewöhnliche« Zeitgrenzen hinaus verliert dieses Konstrukt recht schnell seine Sinnhaftigkeit.

Smarte Unternehmen, die dieses Prinzip verstanden haben, verändern ihren Fokus. Beispielsweise setzen sie anstatt auf eine kontinuierliche, sequenzielle Inhaltsproduktion eher auf wenige gezielte und exzellente Inhalte, die sie immer weiter optimieren und transformieren können. Auf diese Weise erzielen solche Unternehmen nennenswerte Wettbewerbsvorteile und überdauern Technologie- und ganze Paradigmenwechsel. Und statt »Optimierung für Google« sorgen diese Unternehmen für eine diversifizierte Findbarkeit in genau den Suchsystemen, in denen sich ihre Bedarfsgruppe aufhält. Smarte Unternehmen stellen sich die Frage: »Wie wenden wir unsere Technologien und Methoden im Hier und Jetzt an – und wie transformieren wir sie dauerhaft?« Und sie kommen zu einer Antwort: Fokussierung, Reduktion und Intensivierung auf der einen Seite und Investition in die Fähigkeit zur dauerhaften Veränderung auf der anderen.

Was hat eigentlich ein statisches Buch in diesem hoch dynamischen Umfeld zu suchen? Diese Frage ist durchaus berechtigt: Im Schnitt haben Fachbücher in diesem Bereich eine Halbwertszeit von wenigen Jahren. Doch Felix Beilharz hat es mit diesem Buch geschafft, gemeinsam mit brillanten Vordenkerinnen und Vordenkern sowie renommierten Experten einen schwierigen Spagat zu meistern: inhaltlich wichtige Fragen in der Online-Marketing-Welt zu beantworten und gleichzeitig Hinweise und Impulse für die dauerhafte Veränderung des eigenen Online-Marketings zu liefern.

Ich habe mich sehr darüber gefreut, das Vorwort für ein Werk verfassen zu dürfen, das sicherlich auch in einigen Jahren noch eine gute Grundlage für wichtige Entscheidungen im Online-Marketing liefern wird.

Viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg bei der Umsetzung wünscht Ihnen

Karl Kratz