

der markt Vereinfachung, Vernetzung und Verbreitung elektronischer Medien schreiten in atemberaubendem Tempo voran. In wenigen Jahren werden sie Marketing, Kommunikationsstrukturen und Geschäftsabläufe der Wirtschaft tiefgreifend verändert haben. Der Markt für Electronic Marketing und Electronic Business wächst explosiv.

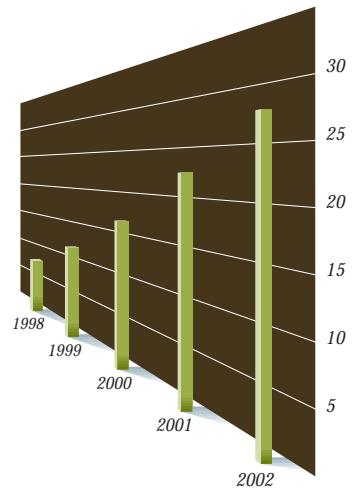
the market The simplification, integration and distribution of electronic media is progressing at a breathtaking pace. In a few years it will have profoundly changed marketing, communication structures and the business processes of trade and industry. The growth of electronic marketing and electronic business is already explosive.

Die zur Zeit entstehenden vielfältigen Märkte im Bereich digitaler Medien sind mit etablierten Märkten nicht zu vergleichen. Innovationen veralten aufgrund des schnellen Fortschritts bei Hardware, Software und Systementwicklung meist schon nach wenigen Monaten. Neue Plattformen – Smart Phones, intelligente Organizer, Personal Digital Assistants, Auto-Bordcomputer und demnächst alle möglichen vernetzten Alltagsgegenstände – erfordern ständig erweiterte Strategien und Informationssysteme. Die Zahl der Internet-User wächst weltweit exponentiell. In Deutschland wird bis zum Jahr 2001 voraussichtlich jeder dritte Bürger im Netz surfen – ein Potential von Millionen persönlich, differenziert und interaktiv ansprechbarer Konsumenten.

die revolution des marketings Die Markenartikelindustrie hat das Potential interaktiver Medien auf breiter Front erkannt: Die elektronischen Medien werden schon im nächsten Jahrzehnt Marketing, Kommunikationsstrukturen und Wertschöpfungsketten der Wirtschaft grundlegend verändern. Dabei sind alle Stufen von Pre-Sales über Sales bis After-Sales

The diverse markets currently arising in the field of digital media are in no way comparable with conventional markets. The rapid progress made in hardware, software and system design means that innovations are mostly obsolete in a matter of months. New platforms – smartphones, intelligent organisers, Personal Digital Assistants, on-board computers in automobiles and, as the next step, networked domestic and leisure appliances of every conceivable kind – require an ongoing expansion of strategies and information systems. The number of Internet users worldwide is growing exponentially. By the year 2001 it is anticipated that one in three people in Germany will be surfing the Net – a potential of millions of consumers who can be addressed personally, selectively and interactively.

a marketing revolution The branded goods sector as a whole has realised the potential of interactive media. In the course of the coming decade electronic media will fundamentally change marketing, communication structures and added value chains in trade and industry. This will affect all stages from pre-sales to sales and after-sales. Targeted, cost-saving and efficient one-

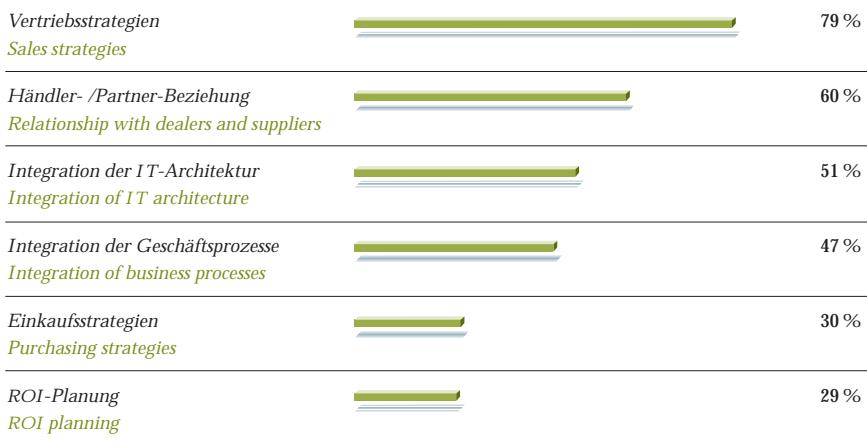


Kontinuierlicher Anstieg der User-Zahlen in Deutschland (in Mio.)
Quelle: Jupiter Communications, 1998

Steady rise in user numbers in Germany (in millions)
Source: Jupiter Communications, 1998

betroffen. Gezieltes, kostensparendes und effizientes One-to-one-Marketing wird zunehmend die undifferenzierte Massenkommunikation von heute verdrängen. Vier wesentliche Entwicklungen zeichnen sich dabei ab:

Image-Marketing Interaktive Medien erreichen ihren Adressaten zu jeder Zeit und an jedem Ort auf einer One-to-one-Basis. Mit ihnen können



Veränderung für Unternehmen:

»Auf welche Bereiche in Ihrem Unternehmen wird das Internet Einfluß haben?«

Quelle: META Group, 1998

Changes in store for businesses:

“What areas of your company will be affected by the Internet?”

Source: META Group, 1998

to-one marketing will increasingly supplant today's blanket mass communication. There are four key dimensions to this marketing revolution:

Image marketing. Interactive media will reach the addressees any time any place on a one-to-one basis. As compared with conventional advertising instruments they enable information to be presented in a form which is more targeted, entertaining, up to date, comprehensive and tailored to individual needs and wishes.

Dialogue marketing. Via interactive media, businesses will for the first time be able to enter into a personal dialogue with their customers and accordingly to offer them exactly what they want, from updated information packages to individually tailored goods and services.

Sales marketing. E-commerce and lead generation via the Internet is already making it more than an additional sales outlet: integrated with production, it is beginning to accelerate the trend away from mass produced goods to “mass customisation”, i.e. products tailored to the individual's actual needs. In only a few years' time this will revolutionise businesses' added value chains and internal processes.

Informationen im Unterschied zu klassischer Werbung immer zielgerichteter, unterhaltsamer, aktueller, umfassender und für jeden einzelnen differenziert abrufbar aufbereitet werden.

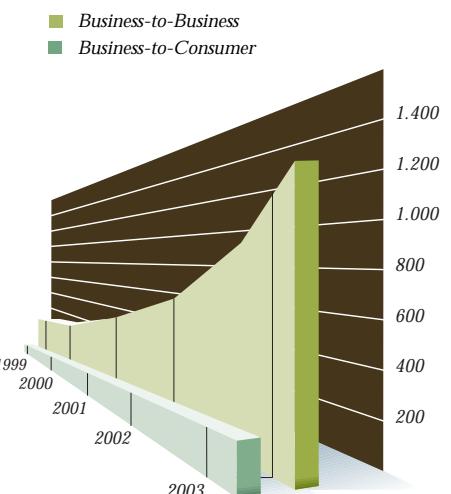
Dialogmarketing Über interaktive Medien treten Unternehmen zum ersten Mal mit ihren Kunden in einen persönlichen Dialog und bieten ihnen aufgrund dieses Austauschs maßgeschneiderte Angebote von aktuellen Informationspaketen bis hin zu individuellem Service und spezifischen Produkten.

Sales-Marketing E-Commerce und Verkaufsanbahnung über das Internet entwickeln sich schon heute nicht nur zu einem zusätzlichen Sales-Outlet, sondern beschleunigen über die Vernetzung mit der Produktion auch den Trend vom Massenprodukt zur »Mass Customization« – zum maßgeschneiderten Produkt für jedermann. Schon in wenigen Jahren werden sie die Wertschöpfungsketten und internen Prozeßabläufe in den Unternehmen revolutionieren.

After-Sales-Marketing Im Internet werden Produktleistungen und Preise immer differenzierter vergleichbar. Neben den eigentlichen Produktqualitäten werden in Zukunft deshalb begleitende Add-on-Services immer mehr die

After-sales marketing. On the Internet it is already becoming easier to compare prices and value for money. In future it will not only be the intrinsic quality and characteristics of a product that influence consumer decisions but also – and increasingly – a variety of add-on services. These services can be imaginatively designed employing means ranging from digital platforms to smart consumer durables.

new media agencies The task of brand management in virtual reality has been taken up by a range of new media agencies offering advice, planning and implementation. The small firms of creative pioneers who designed the first corporate websites five years ago are already being supplanted by highly professional electronic marketing consultants with a comprehensive range of know-how and skills. For the first time professional advice and implementation from a single source is on offer from e-consultants whose strategies respond fast to any change in the market.



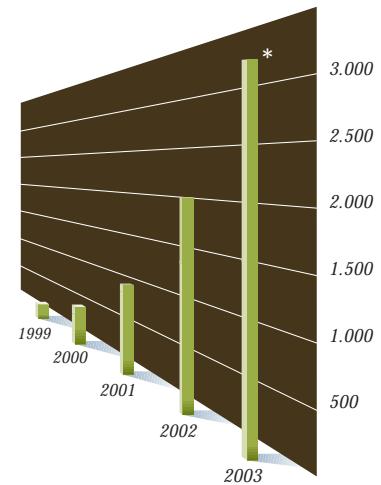
Business-Plattform Internet:
E-Commerce-Volumen (in Mrd. USD)
Quelle: Forrester Research, Inc., 1998

Internet as a business platform:
e-commerce revenues (in US \$ billion)
Source: Forrester Research, Inc., 1998

Kaufentscheidungen des Konsumenten beeinflussen. Mit digitalen Plattformen bis hin zu intelligenten Gebrauchsgegenständen können diese Dienstleistungen variantenreich gestaltet werden.

new-media-agenturen Die Markenführung im virtuellen Raum wird heute in Beratung, Konzeption und Realisierung von einer Reihe von New-Media-Agenturen, übernommen. Kleine Kreativfirmen, die vor fünf Jahren die ersten Unternehmens-Websites gestalteten, werden allerdings immer mehr von E-Consultern verdrängt, von Unternehmensberatern für Electronic Marketing mit umfassendem Know-how. E-Consulter liefern erstmals Beratung und Umsetzung aus einer Hand. Sie reagieren bei ihren Strategien umgehend auf jede Marktänderung. Die Electronic-Marketing-Agentur der Zukunft wird über ein breites, branchendifferenziertes Wissen in Marketing, Kommunikationsmanagement und Informationstechnologie verfügen. Sie wird die Probleme des globalen Kunden so intensiv verstehen wie die der lokalen User, um Unternehmen bei der Umstellung auf das interaktive Zeitalter gezielt beraten zu können.

The electronic marketing agency of the future will possess a wide range of knowledge and skills in marketing, communication management and information technology tailored to the specific needs of every industry. Understanding the problems of global clients just as well as those of local users, it will provide companies with the guidance they need to adapt effectively to the interactive age.



Durch das Internet generierte Umsätze weltweit
(in Milliarden USD)

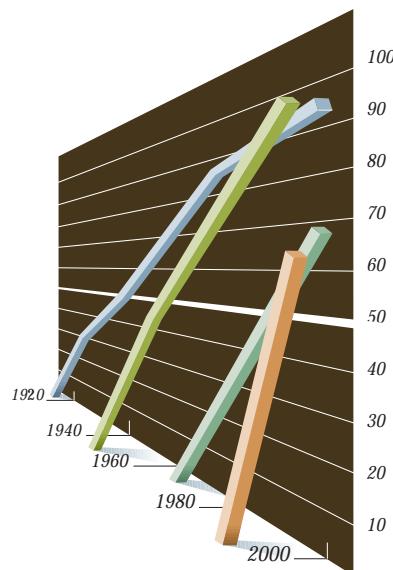
*circa. 5% der Gesamtweltwirtschaft.

Quelle: Forrester Research, Inc., 1999

Internet generated worldwide revenues
(in US \$ billion)

*approx. 5% of total world economy

Source: Forrester Research, Inc., 1999



Das Internet hat die Marktdurchdringung
von 50 Millionen Haushalten in nur 5 Jahren erreicht.

The Internet has achieved a market
penetration of 50 million households in only 5 years.

Im Vergleich dazu:

By comparison:

- Radio: 38 Jahre
Radio: 38 years
- TV: 13 Jahre
TV: 13 years
- Kabel TV: 10 Jahre
Cable TV: 10 years
- Internet: 5 Jahre
Internet: 5 years