

19

VORTRAG Dialog Marketing Verband Österreich lädt zur Suchmaschinen-Debatte

„Nur wer sichtbar ist, wird gesehen“



Get-Together im Looshaus (v.li.): Harald Grabner, Sabine Hoffmann, Thomas Hinterleithner und Eduard Tscheppe



Christian Ecker

Wien. „Der Konsument will schnell, einfach und intuitiv das finden, wonach er sucht“, erklärte **Angelika Roland** von Google Österreich. Sie war als Referentin zu Gast beim DMVÖ Facts & Friends im Looshaus und sprach über „Innovationen im digitalen Marketing“. Sie wartete dabei mit einigen interessanten Zahlen auf: Kaum ein Wirtschaftszweig wächst so rasant wie der Online-Markt – 1,7 Milliarden Menschen sind online und starten täglich 3,6 Milliarden Suchabfragen. 70 Prozent al-

ler Transaktionen im Online-Handel entstehen aus Suchanfragen. Online-Werbung ist mehr als das Schalten von Bannern, wie sie erklärte. Wer im Web wirklich gefunden werden möchte, kommt um Suchmaschinenoptimierung (SEO – Search Engine Optimization) nicht herum: „Nur wer sichtbar ist, wird gesehen.“ Und wer im Online-Universum gesehen werden will, der müsse in den Suchmaschinen-Rankings auf den vorderen Plätzen mitmischen. „Um dorthin zu gelangen, ist SEO unerlässlich“, so

Lars Biewald, Geschäftsführer von B2 Performance. Um ein Bewusstsein für die Bedeutung von Online-Maßnahmen und die Möglichkeiten Digitaler Markenführung zu schaffen, rief der DMVÖ die Digital Initiative ins Leben. „Die Zukunft ist weder on- noch offline, sondern verbindet beide Welten miteinander“, meinte **Harald Grabner**, Mitinitiator und Geschäftsführer von 123 Consulting.

Anschließend präsentierte Winzer **Eduard Tscheppe** seine neue Selektion vom Gut

Oggau. Mit dabei waren unter anderen: ambuzzador-Geschäftsführerin **Sabine Hoffmann**, DMVÖ-Vorstandsmitglied **Thomas Hinterleithner**, Himmelhoch PR-Chefin **Eva Mandl**, QuestBack Austria-Country Manager **Stefan Potyka**, IQ-M-Geschäftsführerin **Heike Reising**, Sattler & Eichinger Marketing-Chef **Harald Sattler** sowie you-will-like-it.at Geschäftsführer **Martin Wilfing**.

CHRISTOPH PRIDUN
YASMIN EL MOHANDÉS
christoph.pridun@wirtschaftsblatt.at