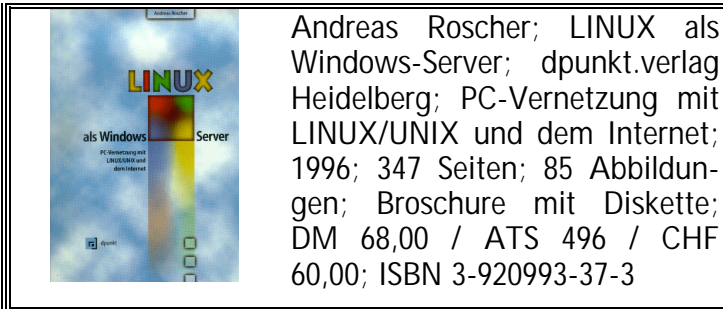


dener LINUX Server gute Dienste leisten kann. Für einen blutigen Anfänger, der sich erstmals mit LINUX beschäftigt, ist das Werk eher nicht gedacht, aber man muß kein LINUX-Guru sein, um die beschriebenen Sachverhalte nachvollziehen zu können.

Einzig störend an dem Werk ist, daß das Inhaltsverzeichnis nicht immer mit den richtigen Seitennummern korrespondiert. Trotz der meist nur kleiner Abweichungen führt dies bei Nachschlagen eines Kapitels schnell zu lästigem Herumblättern.



Andreas Roscher; LINUX als Windows-Server; dpunkt.verlag Heidelberg; PC-Vernetzung mit LINUX/UNIX und dem Internet; 1996; 347 Seiten; 85 Abbildungen; Broschüre mit Diskette; DM 68,00 / ATS 496 / CHF 60,00; ISBN 3-920993-37-3

Internet im Unternehmen

„Das Internet ist wie ein Goldrausch.
Viele Leute finden Nuggets.
Wir suchen nach einer Mine.“

Fritz Eller

„Das Internet ist wie ein Goldrausch. Viele Leute finden Nuggets. Wir suchen nach einer Mine.“

Ein Zitat als Einleitung für ein Buch, das für den kommerziellen Umgang mit dem Internet beinahe schon ein Standardwerk sein müßte. Auf den ersten Blick zumindest....

Eines ist jedem klar:

„Marketing im Internet ist anders“

Ein ganzes Kapitel zu diesem Thema gibt Aufschluß, was der „nicht-wissende Kommerzialist“ zu erfahren hat.

Internet ist etwas ganz Neues, und Marketingleute müssen damit erst so richtig umgehen lernen.

1. Internet wird mißverstanden, weil es technisch wirkt! Es erfordert mehr technisches Verständnis als alle Marketingmedien, die sie (=die Marketingexperten) bisher verwendet haben. Es muß ausprobiert werden, was nicht heißt, daß man HTML- oder Java-Programmieren lernen muß. Vergißt man darauf, liegt die Konsequenz auf der Hand: „Der Mangel an Verständnis für den Markt (Anm.: im Internet) führt zu interessantem Blödsinn und Fehlern im Netz und zu einer Menge von dummen Aussagen von Marketing-Fachleuten.“ Jeder Internetsurfer bestätigt das sofort !

2. Internet erlaubt Marketing in zwei Richtungen! Die Interaktivität des Internet stellt für Marketingleute zum einen seine größte Stärke und zum anderen die größte Quelle der Verwirrung dar. Das Netz kann als permanente Konversationsmöglichkeit zwischen Anbieter und Interessenten gesehen werden. Sofern es richtig genutzt wird !

3. Unterschiedliche Zielgruppen im Internetmarketing! Bei den Netzbenedutzern handelt sich um gut ausgebildete, überdurchschnittlich bezahlte und technisch interessierte Personen, (in den USA rund 10 Millionen Familien), sind häufig im öffentlichen Dienst tätig, arbeiten in Non-Profit-Gesellschaften oder gehen einer Lehrtätigkeit nach. Prinzipiell gilt aber: Sie mißtrauen allen Arten von Geschäften zunächst einmal. Wohl dem, der diese Hemmschwelle überschreitet.

Das Internet hat eine Population, die viele Staaten auf der Erde übertrifft. Das Internet wird von Tausenden unterschiedlichen Netzen gebildet, und die Personen, die es nutzen, haben nicht mehr viel mehr gemeinsam. Es gibt „Linksaußen, Rechtsaußen und die in der Mitte; Juden, Christen, Moslems, Buddhisten, Hindus und Agnostiker. Es finden sich Leute, die Tiere hassen, professionelle Händler von Zuchttieren und Leute mit 14 Katzen. Unternehmen

geben oft ein Vermögen aus, um herauszufinden, welche Zielgruppen sie erreichen können, im Internet ist dies kostenlos.“

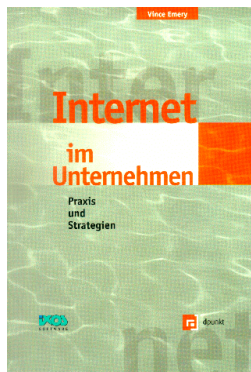
4. Internetmarketing geht in die ganze Welt! Grenzen spielen im Internet keine Rolle mehr! Nur: Die meisten Beiträge (geschätzte 75 bis 85 Prozent) sind in englischer Sprache abgefaßt. Viele Internetbenutzer sprechen neben ihrer Muttersprache auch Englisch.
5. Marketing im Internet ist schneller! Neuigkeit und Aktualität spielt im Internet eine wichtige Rolle. Zwei Wochen alte Informationen sind uralte. Internetserver sind also ständig zu aktualisieren.
6. Marketing im Internet ist billiger! Die Kosten für zahlreiche Bereiche sind deutlich niedriger als in anderen Medien: geringere Einrichtungskosten, geringe Kosten für die Aktualisierung der Informationen, extrem geringe Kosten für die Informationsübermittlung bei extrem hoher Informationsdichte.

Das und zahlreiche andere Bereiche vermittelt Vince Emerys Buch, das von Karl Obermayr, dem Verfasser zahlreicher Fachbücher zu Unix und Internet übersetzt wurde. Dieses Buch beschreibt detailliert und anhand zahlreicher Beispiele, wie Internet im täglichen Geschäftsleben eingesetzt werden kann, wie Kosten gesenkt, Umsätze erzeugt und Vertriebswege erschlossen werden können.

Ein Schwerpunktthema ist auch der Bereich Sicherheit und der Umgang mit elektronischen Zahlungssystemen im Internet.

Das Buch wendet sich besonders an Manager, die Internet nutzen wollen, und an Marketingspezialisten, die Internet einsetzen.

Auch - oder gerade - ohne großes Fachwissen zum Thema „Internet“ ist dieses Buch unbedingt empfehlenswert, wie schon einleitend gemeint: ein Buch, das für den kommerziellen Umgang mit dem Internet beinahe schon ein Standardwerk sein müßte. Auch auf den zweiten und dritten und vierten Blick



EMERY Vince: Internet im Unternehmen. Praxis und Strategien. DPunkt-Verlag für digitale Technologie Heidelberg, 443 Seiten, ISBN 3-920993-32-2, 643 ATS.