

Online-Werbung Im Web 2.0

Stefan Tüger



Das Internet hat sich in den letzten zehn Jahren zu dem am meisten diskutierten und sich am schnellsten verändernden Medium entwickelt und zu den klassischen Medien eine große Konkurrenz geschaffen. Besonders das Marketing konnte hier für sich einen neuen Werbekanal erschließen und sich damit auch neuen, bisher schwer erreichbaren Zielgruppen präsentieren. Wurde die Online-Werbung anfangs fast 1:1 aus den klassischen Medien übernommen, so gehen die Werbetreibenden immer mehr dazu über, neue Ideen zu entwickeln und die besonderen Eigenschaften des Internets für sich zu nutzen. Außerdem fand eine neue Bewegung statt, die es dem bislang passiven Nutzer erlaubte, seine Meinung und seine Erfahrungen mit einem Produkt oder einer Dienstleistung im Internet aktiv einem breiten Publikum mitzuteilen, was als das so genannte Empfehlungsmarketing gilt. Ziel meines Buches ist, diesen aktuellen Trends nachzugehen und die neuesten Entwicklungen in den verschiedenen Ausprägungen des Web 2.0 zu analysieren und auf ihre Perspektiven und Grenzen hin zu überprüfen und kritisch zu hinterfragen.

- [Onyefulu Obi : Chinye](#)
- [On the Sect of the Freemasons. Encyclical Letter. Authorised Transl](#)
- [Online Video Tool Kit for Abnormal Psychology \(Access Card\)](#)
- [Online Journalism : A Critical Primer](#)
- [On the Goldfields](#)
- [On the Pulse](#)