



FUTURE EDUCATION

WEITERBILDUNG VOR DEM HINTERGRUND DER DIGITALEN GESELLSCHAFT
EXPERTENTAGUNG / AUSBILDERFORUM DER IHK

INGOLSTADT, 22. OKTOBER 2014

CANNESLIONS 2014:

Digital is the mantra
Change the whole world
of media

The new connected
generation z will change
marketing and education

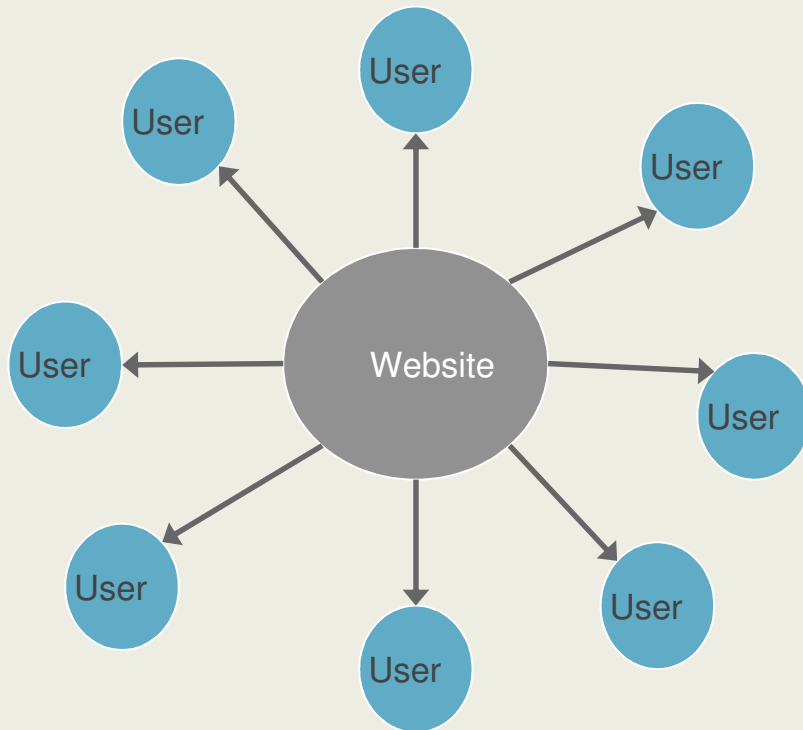


"Ich glaube an das
Pferd. Das Automobil ist
nur eine
vorübergehende
Erscheinung." - Kaiser
Wilhelm II. (1859-1941)

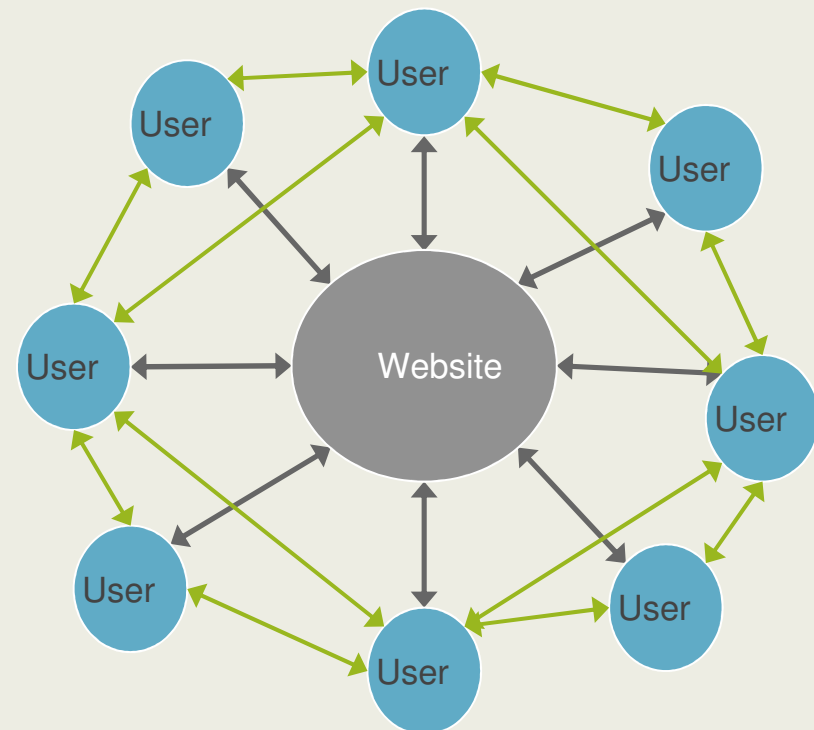
Mit Social Media verändern sich die Beziehungen zum Kunden



„Publisher“ (z.B. Unternehmen) stellen Inhalte für (überwiegend passive) Konsumenten ins Netz – das Web 1.0



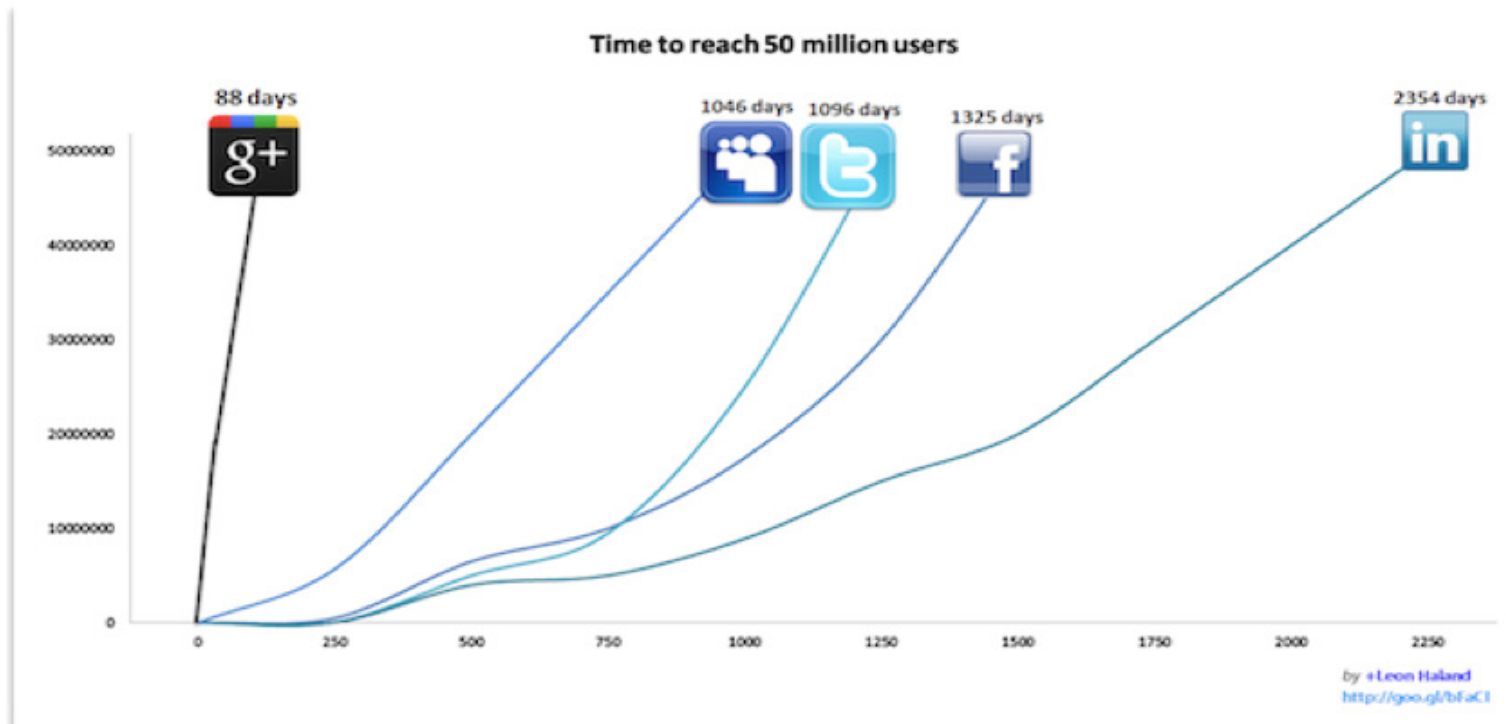
Back to the roots:
Mit Web 2.0 wird der User auch zum Publisher und User kommunizieren untereinander über das www



Innovationszyklen werden immer schneller.
Passen Sie sich an. Und passen Sie auf!



So lange dauert es um 50 Mio Konsumenten zu erreichen



SEO. SEA. SEM. Ohne Google läuft fast nichts!
Mehr als 91% aller Suchanfragen in D. via Google!



Google
Deutschland

Google Search

I'm Feeling Lucky

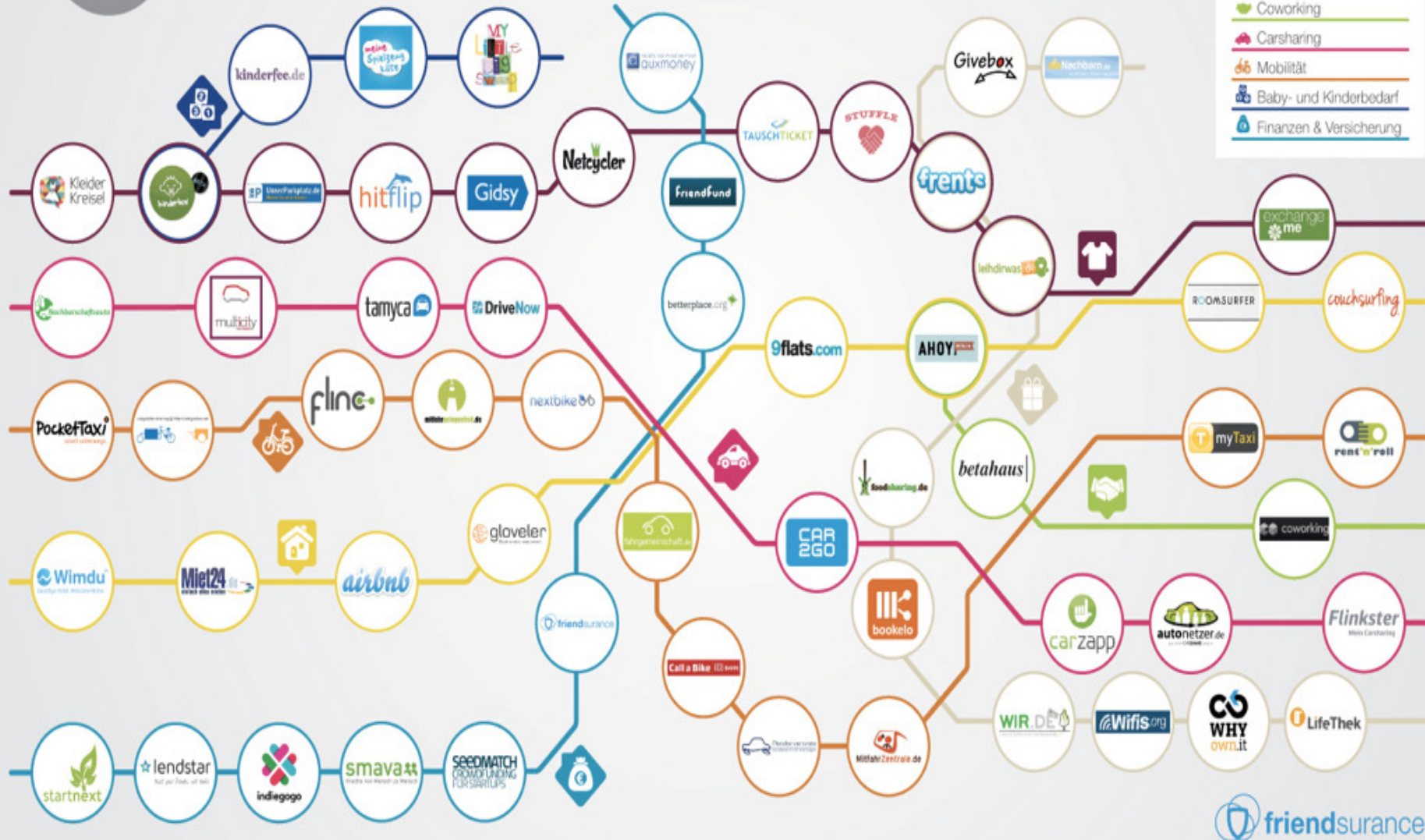
Google.de offered in: [Deutsch](#)

SHAREECONOMY

Die deutsche Shareconomy Landschaft

Legende

- Verleihen & Verschenken
- Tauschbörse
- Wohnungssharing
- Coworking
- Carsharing
- Mobilität
- Baby- und Kinderbedarf
- Finanzen & Versicherung



friendurance

Longlife learning – alles bleibt anders.
Fragen Sie die Generation Y und Z!



public is the
new private

crowd-
sourcing /
funding

create,
comment,
share

Games

ideas over
costs

new level
of access to
information

Social by
Design

the mass
of niches

Die Generation Z: Ihre übernächste Zielgruppe - vor ein paar Monaten in Tokyo, inzwischen auch in Berlin und Ingolstadt



DIE DIGITALE
GESELLSCHAFT:
AUGMENTED REALITY
GEO WEB
WEB OF THINGS
PRINTABLE DISPLAYS
SOCIAL COMMERCE
MOBILE EDUCATION
WELCOME TO THE
DIALOGUE-OUTERNET

„Wir sind das Netz. Wie das neue Internet die Gesellschaft verändert“, SPIEGEL SPECIAL 3/2007





Wir überschätzen immer den Wechsel, der in den nächsten zwei Jahren geschehen wird, und unterschätzen den Wechsel, der in den nächsten 10 Jahren geschehen wird. Lassen Sie sich selbst nicht vom Nichtstun einlullen.

BILL GATES, 1996



Die Digitale Revolution wird unsere Gesellschaft mindestens so nachhaltig beeinflussen und verändern wie die Industrielle Revolution!

DR. MATHIAS DÖPFNER CEO AXEL SPRINGER, DMEXCO 2012

Chinesisches Roboter-Restaurant: Mahlzeit vom Maschinenmann

17.01.2013

 **Zur Karte**

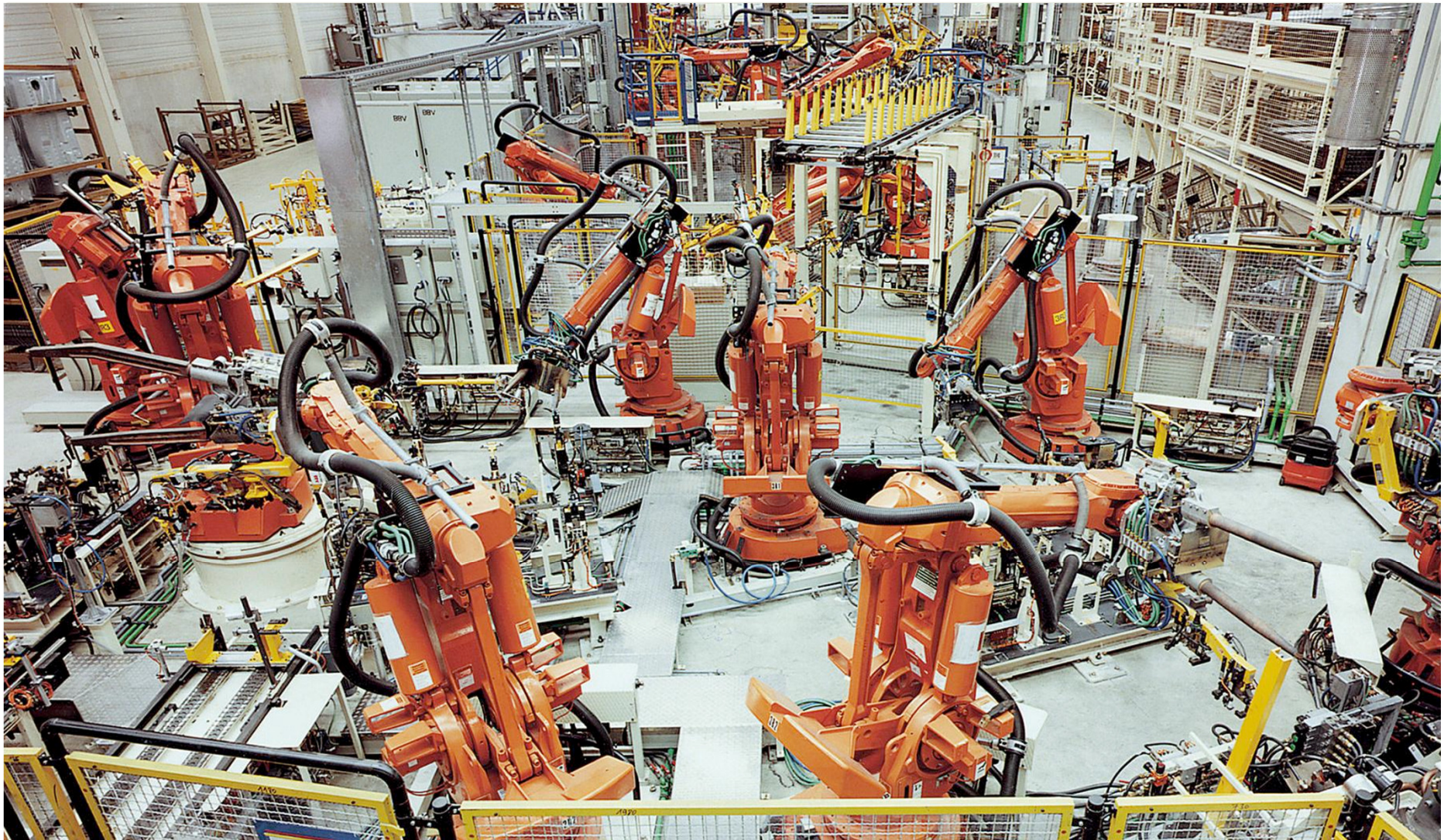
◀ 5 von 12 ▶

Alle Fotostrecken ▶



Szenario 2024

Automatisierung



Szenario 2024

Automatisierung als guter Stern auf allen Straßen?



Dienstag, 18. Februar 2014 »Registrieren »Login / Depot Suchbegriff, WKN, **Suchen**

WirtschaftsWoche Service Abo Shop Newsletter

Startseite | Unternehmen | Finanzen | Politik | Erfolg | **Technologie** | Tophema Singapur

Digitale Welt | **Auto** | Umwelt | Forschung | Gadgets | WiWo Green

THEMA Auto » alles zum Thema

09.09.2013 KOMMENTARE ★★★★★

Autonome Autos

Mercedes S-Klasse fährt automatisch von Mannheim nach Pforzheim

von Jürgen Rees

Auch der Stuttgarter Autohersteller demonstriert mit einer umgebauten S-Klasse, dass selbstfahrende Autos mit bestehender Technik bereits heute möglich ist.

Drucken
Verschicken
Artikel merken
Kommentieren

Facebook Recommend
Twittern 0
Google+ 0
Einstellungen



Der Luxuswagen von Mercedes fährt mit Computerhilfe von alleine
Quelle: Presse

TOP-THEMEN

- » Solarenergie
- » Gadgets
- » Auto
- » Windkraft
- » IT-Sicherheit

ANZEIGE

5,2% Zinssatz pro Jahr
Sichere Renditen mit deutschen Wohnimmobilien! Schon ab 1.000 Euro und nur 3 Jahre Laufzeit!

Das Plus Konto TopZins:
Bis 6 Monate 1,25% Zinsen p.a.
Tagesgeld mit 1,25% Zinsen
Parken Sie Ihr Geld bei der Volkswagen Bank! Für bis zu 50.000 € für 6 Monate.

6 Weine für nur 29,90€!
Spanien-Entdecker-Paket mit satten 50% Rabatt! Jetzt bestellen und bares Geld sparen.

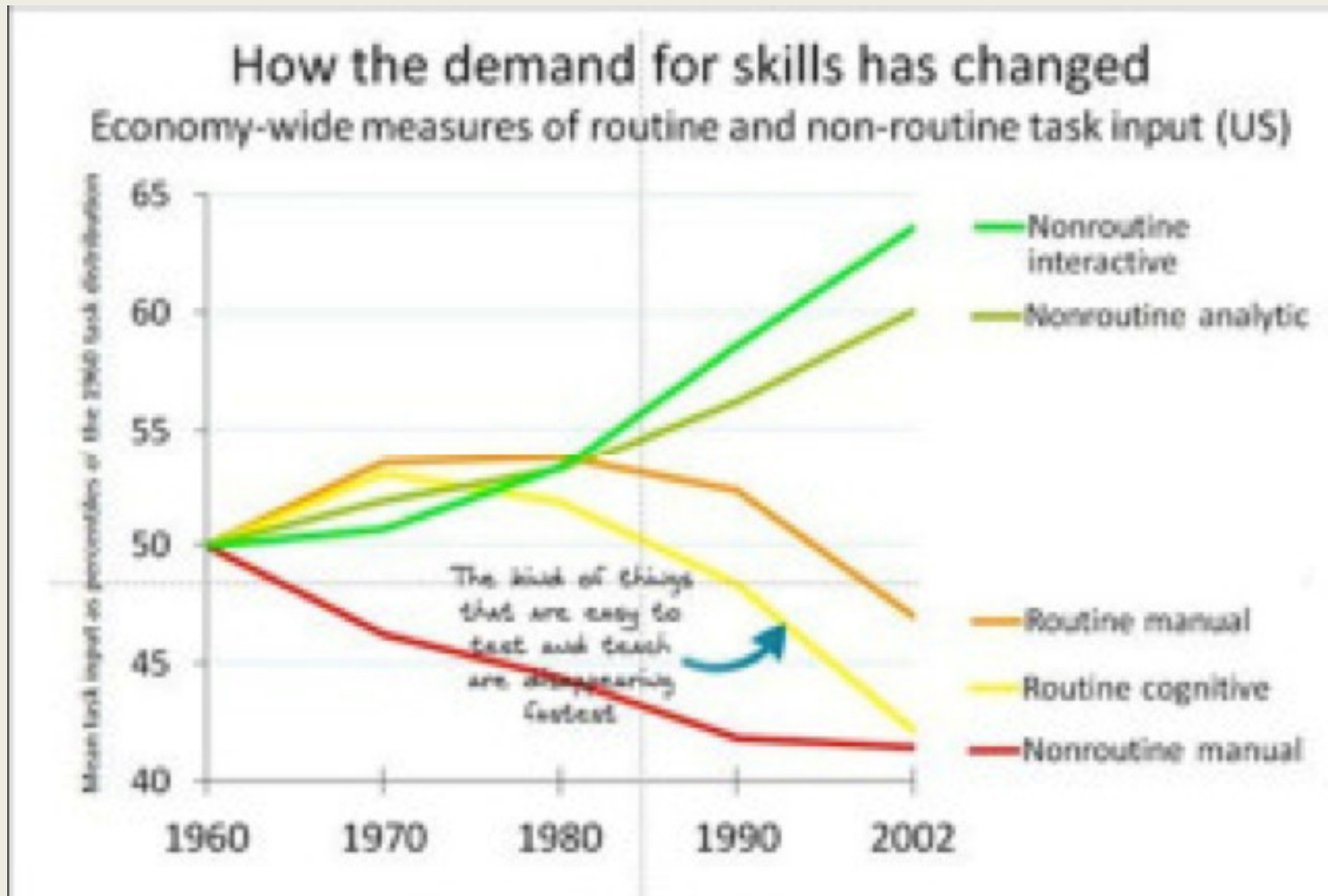
[Hier können Sie werben](#)

DAS AKTUELLE HEFT

WirtschaftsWoche **WirtschaftsWoche 8 vom 17.2.2014**

Szenario 2024

Routineaufgaben werden automatisiert



1.0 LEAN BACK

Web of Content

2.0 MOVE FORWARD

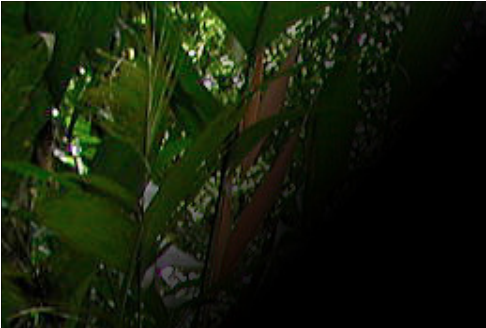
Web of Communication

3.0 JUMP IN

Web of Participation

4.0 ALWAYS ON

Web of Thoughts



MEDIA EVOLUTION

trendne

Verlagerung der Datenströme seit Gutenbergs Bibel

Geschäftsmodelle in der Medienbranche



Digitale (R)evolution: Verdopplung der Computerleistung alle zwei Jahre



Szenario 2024: 30-fach höhere Rechnerleistung

Faktoren für die Digitalisierung



> Integration in die Alltagskultur

- Internetfunktionen in Gegenständen des Alltags (wearable clothes)
- Zunehmende Akzeptanz in der Gesellschaft (insbesondere 60+)
- Normalisierung der Digital Natives

„Zu Rechnerdienstleistungen und zum Internetverhalten wir uns wie Fische zum Wasser: Wir merken nicht, dass es uns umgibt. Wir schwimmen einfach darin.“

Jon Callas 2011

Szenario 2024 - Wir sind Smartfon

Wichtige Komponenten – Mobile Endgeräte



Szenario 2024

Tragbare Internet-Geräte nicht nur für Freaks



Szenario 2024

Tragbare Internet-Devices zum Beispiel in (fast) normalen Brillen



WorldLens Video 1

Szenario 2024

Trend: Immersion durch „Wearables“ am Beispiel Google Glass





Vernetzte Gesundheit: Telekom kündigt Intelligentes Pflaster "Metria" an

ZUBEHÖR

24 KOMMENTARE



Im Dezember wird die Deutsche Telekom gemeinsam mit ihrem Partner **Medisana** ein "intelligentes" Pflaster auf den Markt bringen.





SCIENTIFIC AMERICAN™

[Subscribe to Print »](#)[Give a Gift »](#)[View the Latest Issue »](#)[Subscribe](#)[News & Features](#)[Topics](#)[Blogs](#)[Videos & Podcasts](#)[Education](#)[Citizen Science](#)[SA Magazine](#)[SA Mind](#)[Books](#)[SA en](#)[Technology » Fact or Fiction](#)

5

[Email](#)[Print](#)[More from Scientific American](#)

Fact or Fiction?: Video Games Are the Future of Education

Some educators swear by them as valuable high-tech teaching tools but little is known about their impact on learning

September 12, 2014 | By [Elena Malykhina](#)

As kids all across the U.S. head back to school, they're being forced to spend less time in front of their favorite digital distractions. Or are they?

Video games are playing an increasing role in school curricula as teachers seek to deliver core lessons such as math and reading—not to mention new skills such as

[MIND »](#)[Classics »](#)[DIGITAL »](#)

Include
tablet
edition

ADVERTISEMENT



IBM® Bluemix™

THE CLOUD PLATFORM
FOR THE WORLD'S IDEAS



Gameification: Accelerating Learning With Technology

Posted: 01/06/2012 11:53 am EST | Updated: 03/07/2012 5:12 am EST



Anyone who has kids -- or who has been around them for any length of time -- knows they are attracted to video games like moths to light. You might be tempted to think these young-uns are using their time idly.

In reality, they're pioneering the future of business training and education.

This is part of a trend I call *gameification*, which I first identified in the early '80s and is today reaching its tipping point.

Gameification represents part of a predictable sequence. Many of the greatest technological advances in business have come originally from the world of kids and their games. Here's how the sequence flows:

- First, an innovative concept or new technology often starts out in the world of games for children. Sometimes it's the military (or in times past, the space

ADVERTISEMENT



SUGGESTED FOR YOU

Sting Sings Cellphone Ringtones For Jimmy Fallon And Every Little Thing He Does Is Magic



MIT Launching Free MOOCs in Video Game Design and Educational Technology



(Photo : Flickr/CC) MIT also hopes to redefine what MOOCs are and how they are delivered.

Some of the brightest minds in science in technology today want to teach video game design and online education for free.

[According to USA Today](#), the Massachusetts Institute of Technology (MIT) is offering free online courses for
Übertragen der Daten von ad4.liverail.com... first series of massive open online courses (MOOCs) focusing



Posted on 04 March 2014 by jrobes

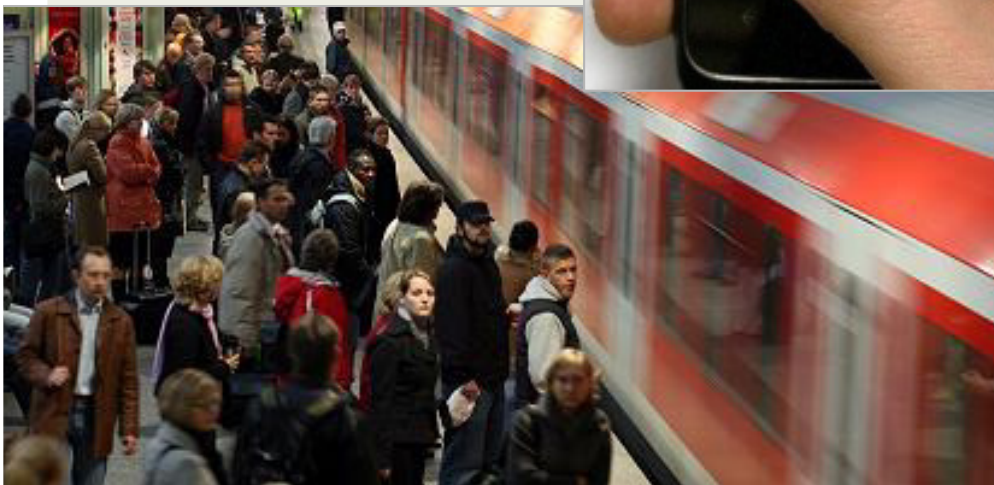
Mit **Thomas Jenewein** (SAP) führe ich gerade eine kleine, offene Webinar-Reihe durch. Dabei streifen wir verschiedene Bildungsthemen, beginnen mit dem Lernen in der Cloud und einigen Trends im Online-Lernen (davon handeln die untenstehenden Folien) und werden noch zwei weitere Sessions zu den Stichworten **"E-Learning Design"** und **"Performance Support"** durchführen. Wer Lust hat, meldet sich an, notiert sich seine Fragen zum Thema und schaut vorbei.

SAP, Espresso-Webseminare, 28. Februar 2014



NEU: DER DIGITALE FÜHRERSCHEIN

Mobile Learning App für Unternehmen



Die modernste Form der Weiterbildung



- > Wissensvermittlung
- > in kleinen Einheiten,
- > attraktivste Anmutung,
- > spielerisches Anreizsystem.



ZIELGRUPPEN

- > Der Digitale Führerschein ist so konzipiert, dass *alle* Mitarbeiter eines Unternehmens involviert und vor allem dank Gamification-Merkmale zur Weiterbildung motiviert werden.



- > Unabhängig von Vorkenntnissen und kann sich jeder Mitarbeiter 'nach oben' qualifizieren. iPhone, iPad, Android etc.





DIDAKTISCHE ZIELE

-  > Digital sichert Existenz [der Firma]
-  > Digital sichert Arbeitsplätze [der Mitarbeiter]
-  > Keine Angst vor Social Media
-  > eCommerce = Wachstum
-  > eVertrieb = Wettbewerbsvorteile
-  > Digitale Kompetenz = Mitreden können!
-  > Innovationen und Change Management fördern



Systematik



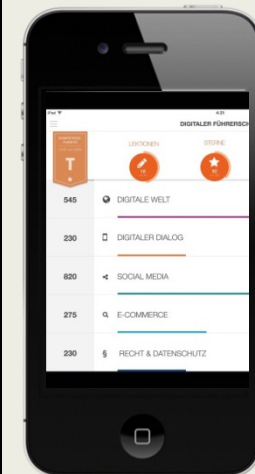
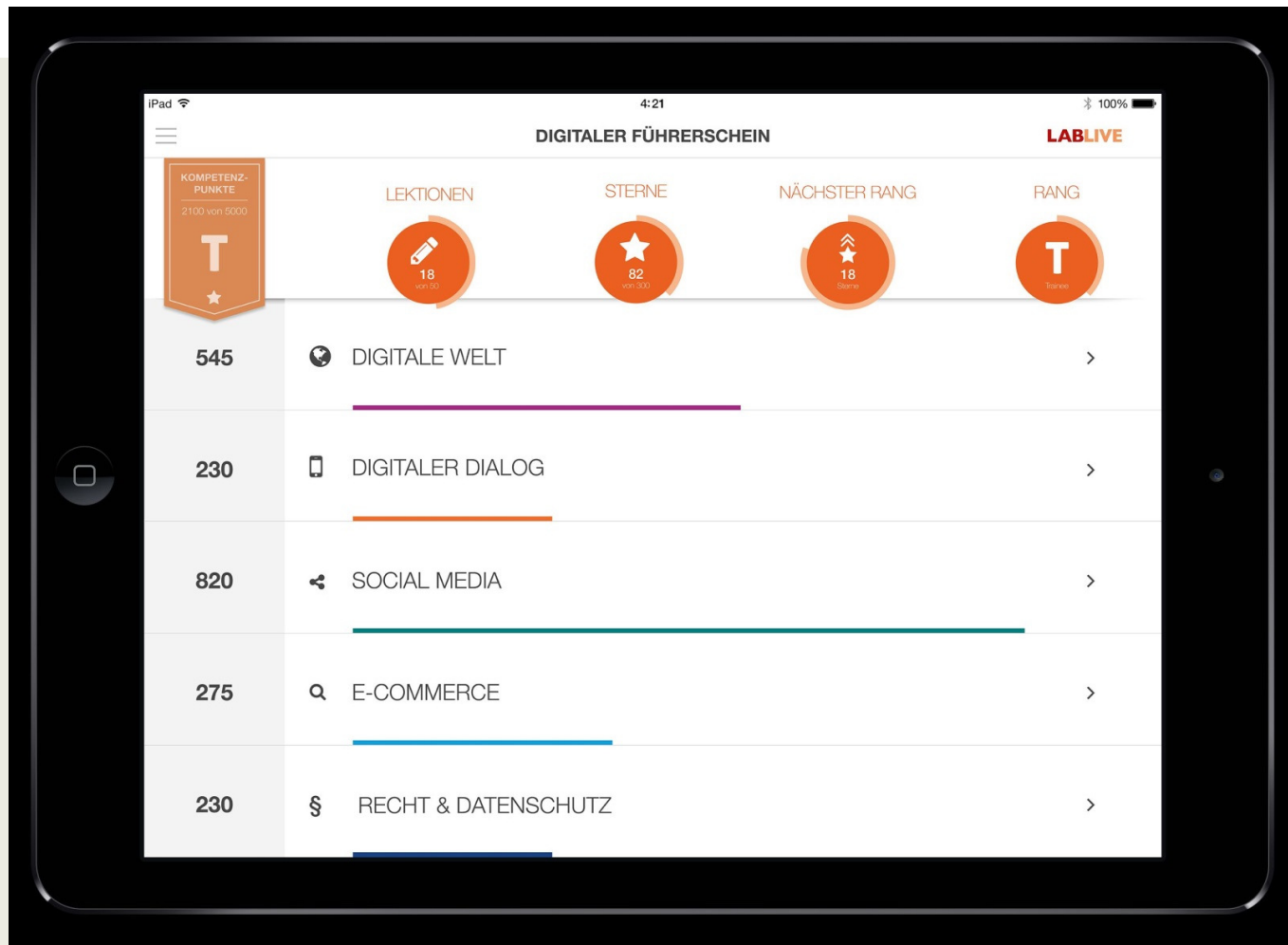
> Innovativ, mobil und konkret für Unternehmen entwickelt, deren Belegschaft auf digitalen Kurs gebracht werden muss: der Digitale Führerschein. Die Mobile Learning-App zu **Online Marketing**, **Social Media** und **E-Commerce**.



> Der Digitale Führerschein besteht aus einer Frage-/Antwort-Systematik wie bei einem Quiz. Bei richtiger Antwort werden Punkte vergeben, die zum **Aufstieg ins nächste Level** verhelfen. Am Ende entscheidet die Gesamtpunktzahl über den Rang, mit dem man abschließt.



> **500 Fragen**, rund 2.000 lehrreiche Antwort-Optionen, **50 Videos** mit 10 Experten - der Digitale Führerschein macht auch den Vertrieb und die 'Schnittstellen-Abteilungen' digital fit.



INHALTE I

> 5 THEMENRUBRIKEN

> Digitale Welt

> Einführung in die Digitale Denke

> Digitaler Dialog

> Performance-, E-Mail-, Mobile Marketing

> Social Media

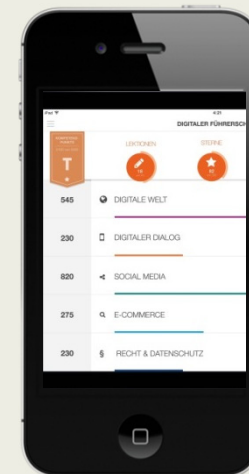
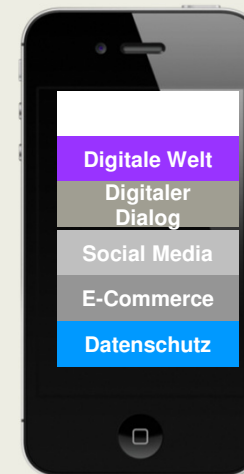
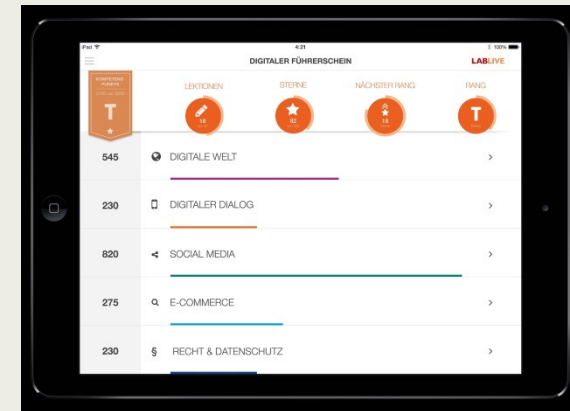
> Kommunikation in sozialen Netzwerken

> E-Commerce

> Online Shops und elektronischer Vertrieb

> Recht & Datenschutz

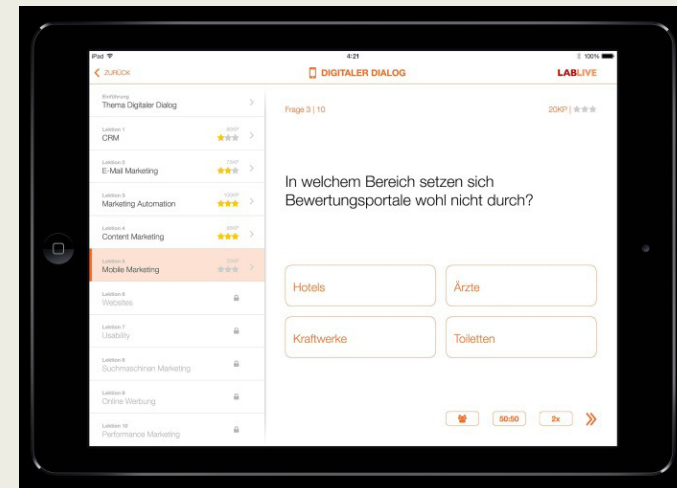
> Online-Geschäfte mit Datensicherheit





INHALTE II

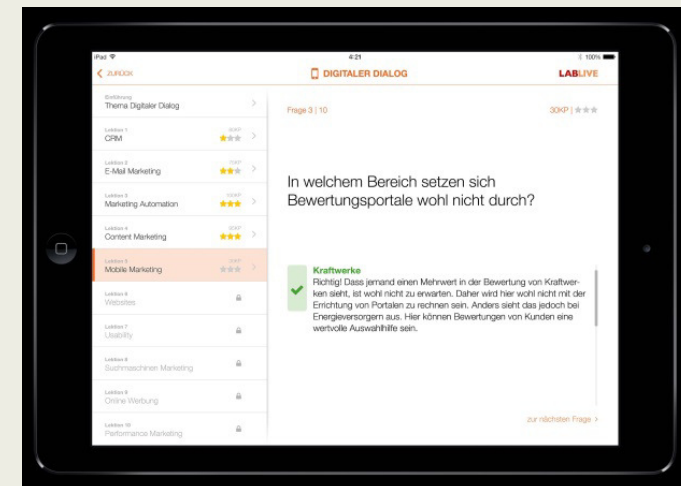
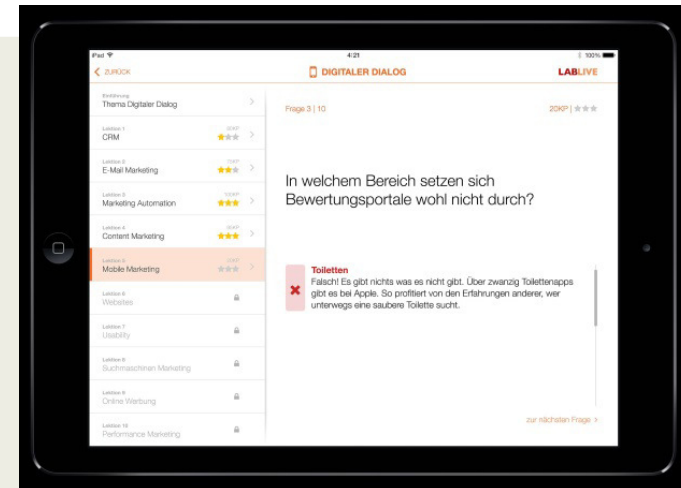
- > **50 VIDEOS**
- > Jede Lektion wird durch ein Video eingeführt.
- > **500 FRAGEN + 2.000 ANTWORTEN**
- > 50 Lektionen mit jeweils 10 Fragen und je 4 Antwort-Optionen.



INHALTE III

- > **VIERFACH-LERNEFFEKT**
- > Auch hinter den meisten „Falsch-Antworten“ verbergen sich weitere Erklärungen.

- > **GAMING-ASPEKT**
- > Das spielerische Anreizsystem ist hervorragend geeignet, im Unternehmen eine positive Welle zu erzeugen, die von Spielfreude geprägt ist.



10 EXPERTEN AUS DER BRANCHE

> 1. DIGITALE WELT - Einführung in die Digitale Denke



Prof. Hansjörg Zimmermann
Geschäftsführer
Das Goldene Vlies GmbH
DDA-Studienleiter

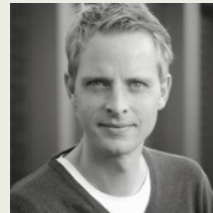


Dirk Kedrowitsch
COO Pixelpark AG
Managing Director Publicis Deutschland
DDA-Studienleiter

2. DIGITALER DIALOG - Performance-, E-Mail-, Mobile Marketing



Dr. Torsten Schwarz
Inhaber
ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting
DDA-Dozent



Matthias Mühlenhoff
Geschäftsführer Strategie
Elephant Seven Hamburg GmbH
DDA-Dozent

3. SOCIAL MEDIA - Kommunikation in sozialen Netzwerken



Curt Simon Harlinghausen
Geschäftsführer
AKOM360 GmbH
DDA-Dozent



Sven Markschläger
Web Channel Manager
IKEA Deutschland GmbH & Co. KG
DDA-Dozent



10 EXPERTEN

4. E-Commerce - Online-Shop und elektronischer Vertrieb



Thorben Fasching

Director Marketing & User Experience
hmmh multimediahaus AG
Vorsitzender Fachgruppe Digital
Commerce im BVDW
DDA-Dozent



Dr. Oliver Bohl

Abteilungsleiter Digital Business Development
PAYBACK GmbH
Stellv. Vorsitzender Fachgruppe Digital
Commerce im BVDW
DDA-Dozent

5. RECHT & DATENSCHUTZ - Online-Geschäfte mit Datensicherheit



Dr. Carsten Ulbricht M.C. L.

Rechtsanwalt & Partner
Kanzlei Bartsch Rechtsanwälte
DDA-Dozent



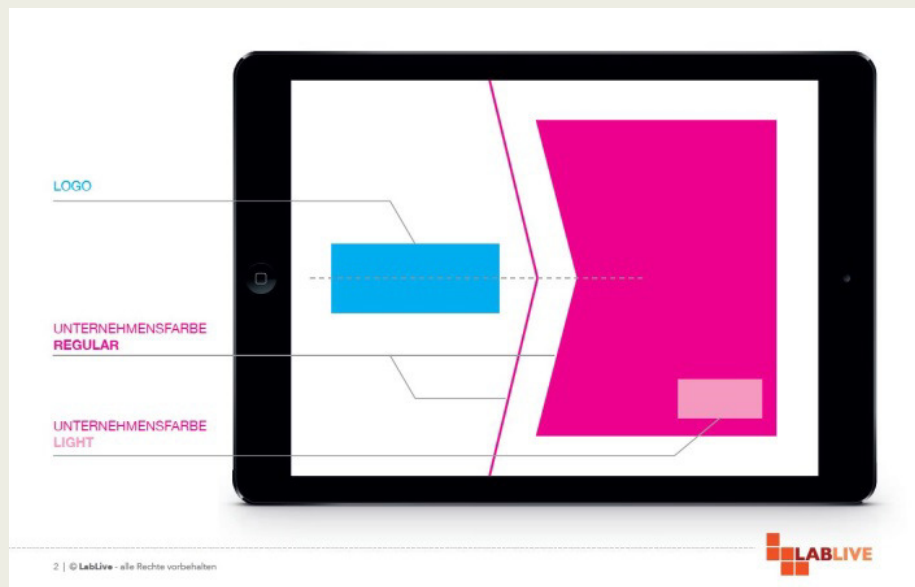
Frank Stiegler

Rechtsanwalt
Stiegler Legal
DDA-Dozent



BESONDERHEITEN

- > **Digitaler Führerschein – im Corporate Design Ihres Unternehmens.**
- > Das Design des Lernprogramms *kann* optisch mit dem Logo und den Hausfarben des Unternehmens versehen werden. Dadurch erhält die gesamte App nach dem Login den Look and Feel des Unternehmens.



Die Marke als Absender:
Auf Wunsch gesamtes
Branding im Corporate Design
des Unternehmens!



DIGITALE WELT → Entwicklung



> Was heißt die Organisation, die Internet Domains vergibt?

ICANN

MC CAIN

UNIVERSAL MC CANN

YES WE CAN



Of course! ICANN.

Wer sonst als die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) koordiniert die Vergabe von einmaligen Namen und Adressen im Internet.



Never. Mc Cain macht Pommes.

Wer sonst als die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) koordiniert die Vergabe von einmaligen Namen und Adressen im Internet.



Wo denkst du hin? Mc Cann Universal ist eine namhafte amerikanische Agnturgruppe.

Die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) koordiniert die Vergabe von einmaligen Namen und Adressen im Internet.



No! Yes we can war der Slogan, mit dem Barack Obama die erste digitale politische Kampagne ausgerollt hat. Erfolgreich wie du weißt.

DIGITALE WELT → Web 2.0



>Cloud Computing ermöglicht es...?

Daten und Programme aus
dem Internet zu beziehen

Daten zu löschen

Daten zu kopieren

Daten auf CD zu brennen



Ist das nicht toll? Mit Hilfe von Cloud Computing können Daten und sogar Programme von jedem Computer aus dem Internet bezogen werden, ohne dass ein externes Medium wie beispielsweise ein USB-Stick oder eine CD benötigt wird.



Das ist nicht richtig: Mit Hilfe von Cloud Computing können Daten und sogar Programme von jedem Computer aus dem Internet bezogen werden, ohne dass ein externes Medium wie beispielsweise ein USB-Stick oder eine CD benötigt wird.

DIGITALE WELT → B2B



>Multidimensionierte Online Werbung steht für:

Mehr Performance und mehr Leads

Mehr Performance und weniger Leads

Weniger Performance und mehr Leads

Weniger Performance und weniger Leads



Mehr Performance und mehr Leads sind absolut richtig. Wenn ergänzend dazu Re-Targeting eingesetzt wird, können auch B2B-Marketer ihre Zielgruppen interessenbasiert und passend zur jeweiligen Phase im B2B-Kaufprozess ansprechen.



Mehr Performance und mehr Leads wäre korrekt gewesen. Wenn ergänzend dazu Re-Targeting eingesetzt wird, können auch B2B-Marketer ihre Zielgruppen interessenbasiert und passend zur jeweiligen Phase im B2B-Kaufprozess ansprechen.

DIGITALE WELT → Strategien



> Was steht neben Performance und soziale Vernetzung u.a. für das Prinzip Digital Branding?

User Experience und
Big Data

User Export und
Big Mama

User Import und
Big Apple

User Import/Export
und Apple



Richtig: neben Performance und sozialer Vernetzung spielen insbesondere User Experience und Big Data eine große Rolle.



Ohne Worte: Big Mama ist eine fette Filmkomödie aus dem Jahr 2000, gespielt von einem dünnen Hänfling mit Fettsuite.



Oh my God: an apple a day keeps the doctor away.



War einen Versuch wert. Ein Apple Produkt ist sicher nix für Import/Export.



DIGITALE WELT → Technologien

> Was sind Beacons?

Mobile Banking Apps

Digitale Uhren

Kleine Datensender

Bausteine von
Programmiersprachen



Das war knapp: Beacons sind kleine Datensender, die den genauen Standort eines Kunden im Geschäft lokalisieren und mithilfe von Smartphones und Apps ein völlig neues & interaktives Einkaufserlebnis ermöglichen.



Perfekt: Beacons sind kleine Datensender, die den genauen Standort eines Kunden im Geschäft lokalisieren und mithilfe von Smartphones und Apps ein völlig neues & interaktives Einkaufserlebnis ermöglichen.

DIGITALER DIALOG → Suchmaschinenmarketing



> Warum sind Suchmaschinen immens relevant für den modernen Marketing-Mix eigentlich jedes Unternehmens oder jeder Marke?

Sie sind Teil moderner Kaufentscheidungsprozesse

Suchmaschinen gehört das Internet

Suchmaschinen suchen mir aktiv neue Kunden

Suchmaschinen sind die Startseite jedes Browsers



Richtig! Über 80% aller Internet-Nutzer benutzen sie und vor allem sind sie der schnellste Zugang zu Informationen rund um Produkte, Meinungen zu Produkten und alternativen Empfehlungen. Suchmaschinen sind meist der erste Anlaufpunkt in den allermeisten Kaufphasen - sogar im Ladengeschäft, um übers Smartphone Preise zu vergleichen.



Nein, dafür ist die Infrastruktur Internet zu groß. Aber Google hat einen großen Anteil an Webservern und Datentransfer im Internet.



Nein, es ist genau andersherum: Kunden können mich als Anbieter finden.



Vielleicht, aber das ist nicht direkt das Wichtigste für den Marketer.

SOCIAL MEDIA → Anfänge Social Media



> Was ist der gängigste Fehler, der im Social Media Marketing gemacht wird?

Zu wenige Plattformen nutzen

Zu wenig Aktivität

Zu wenig Gewinnspiele anbieten

QR Codes nicht nutzen



Nein, der Erfolg oder Misserfolg hängt nicht mit der Quantität der Profile zusammen.



Richtig! Oft werden Profile angelegt, weil man gerne Social Media Marketing nutzen will. Das Anlegen der Profile ist aber nur der erste Schritt. Viele sind zu wenig aktiv auf ihren Profilen und verlieren dadurch das Interesse ihrer Kunden.



Jein. Oft wird hier zwar übertrieben, was auch nicht förderlich ist und Nutzer abschreckt, aber die richtige Antwort ist etwas grundlegender.



Holzweg! QR Codes sind in den wenigsten Fällen sinnvoll und werden eher genutzt, um so etwas wie innovatives Marketing vorzutäuschen.

SOCIAL MEDIA → Bewertung Social Media



> Was sind sponsored Tweets?

Eine Werbeform auf
Twitter

Influencer auf Facebook

Eine Facebook Werbeform

Influencer auf Twitter



Richtig! Sponsored Tweets ist eine Twitter-Werbeform. Hiermit können auch Menschen erreicht werden, die nicht mit einem in Kontakt stehen. Ein Targeting nach Interessen ist möglich.



Nix Facebook. Hier geht es eher um Twitter und die dort angebotenen Werbeformen.

SOCIAL MEDIA → Influencer Strategien



> Was bedeutet Content Marketing?

Die Erstellung von
Inhalten

Informierende,
unterhaltende Inhalte

Die Nutzung von Paid
Media

Ein Corporate Blog



Nö. Inhalte sind zwar die Grundlage, aber eben nur der erste Schritt.



Richtig! Content Marketing ist eine Strategie, Menschen mit geeigneten Inhalten - informativ, unterhaltend und beratend - dazu zu bringen, Inhalte zu verbreiten und dadurch auch ohne Mediabuchungen eine grosse Reichweite zu erzielen.



Falsch! Paid Media wird oft genutzt, um dem eigenen Content eine relevante Reichweite zu verleihen.



Falsch! Ein Corporate Blog kann ein Medium für die eigene Content Marketing-Strategie sein.

SOCIAL MEDIA → Verbreitungs Strategien



> Was bedeutet Seeding?

Die Erstellung eines Virals

Ein Social Network Game

Eine CPC-Kampagne

Die Marketing-gesteuerte
Verbreitung von Inhalten



Nicht ganz. Seeding wird eher genutzt, um einem Inhalt die nötige Grundreichweite zu geben, um im besten Fall ein Viral zu erzeugen.



Nein! Es geht um eine Marketingtechnik zur Verbreitung von Inhalten.



Falsch! Kann zwar ein Teil der Kampagne sein, aber uns geht es hier um die grundsätzliche Strategie.



Richtig! Seeding ist die Marketing-gesteuerte Verbreitung von Inhalten, die im besten Falle zu einer viralen Verbreitung führen. Hierbei geht es darum, Inhalte auf vielen Plattformen einzustellen und aktiv die Verbreitung durch Menschen zu initiieren.

SOCIAL MEDIA → Social Marketing



> Was versteht man unter Social Commerce?

Persönl. Beziehung der Kunden steht im Vordergrund

Handel mit aktiver Beteiligung der Kunden

Kommunikation der Kunden steht im Vordergrund

Handel mit sozial Schwachen



Nein. Es geht primär um die aktive Beteiligung der Kunden, z.B. in Design, Verkauf oder Marketing. Ob die Kunden dabei eine persönliche Beziehung aufbauen oder einsetzen sollen, folgt dann aus der Social Commerce-Strategie, ist hier also sekundär.



Ja. Beim Social Commerce beteiligen sich Kunden aktiv am Shopping-Prozess. Beispiele hierfür sind die Einbeziehung der Kunden in den Designprozess sowie in Verkauf oder Marketing. Zu letzteren zählt zum Beispiel auch das Zusammenstellen einer Wunschliste, die mit Freunden geteilt werden kann.



Falsch. Ob die Kunden untereinander kommunizieren sollen, folgt aus der Social Commerce-Strategie, ist hier also sekundär.



Ups. Der Handel mit sozial Schwachen ist hier nicht wirklich gefragt.

SOCIAL MEDIA → Social Marketing



> Was bedeutet soziales Linkbuilding?

Gemeinsames definieren
von Linknamen

Aufbau relevanter Links
durch Social Media

Dabei spendet man einen
Link

Verlinken von Blogs



Falsch. Das ist zwar recht sozial gedacht, aber am Ende ist es besser, wenn man sich selber Gedanken macht, wie die Linknamen heißen, damit sie mit den wichtigsten und relevantesten Begriffen (Suchterm) für die Seite entsprechen. Das ist wichtig, um größtmögliche Effekte für das SEO zu erzielen.



Das ist richtig und wichtig. Suchmaschinen bewerten heute immer noch Links, um die Relevanz und damit das Ranking einer Seite zu bewerten. Um so mehr natürliche Links auf eine Seite verweisen, um so besser ist in der Regel auch die Position in den Suchmaschinen. Durch die sozialen Medien, insbesondere durch Blogs lassen sich einfach und effektiv Links generieren.



Falsch, aber eine nette Idee, Links zu spenden. Das kann insbesondere Charityseiten helfen, wenn der Link aus einem sinnvollen und für die "Empfangsseite" relevanten Umfeld kommt, z.B. der Link von einer Seite über Kinder kommt und auf SOS-Kinderdörfer verweist.



Nicht ganz falsch. Blogs sind im Moment Googles Lieblinge, da sie zum einen persönliche Inhalte veröffentlichen und zum anderen oftmals einen starken Themenbezug haben. Das Verlinken von Blogs untereinander heißt aber "Trackback".



E-COMMERCE → Globaler Einstieg

> Wie nennt man den Klickweg, die Reise des Kunden zum Produkt?

Travel Channel

Conversionrate

Gateway

Customer Journey



Falsch! Ein Travel Channel ist ein Fernsehprogramm, vorzugsweise im Pay-TV, der sich auf Reisen spezialisiert hat.



Falsch! Die Conversionrate bezeichnet einen Wert, der die Konvertierung von Interessenten zu Käufern beschreibt. Je nach Website gilt je nach Aufbau und Online Marketing Maßnahmen eine andere Conversionrate. Sie ergibt sich aus der Anzahl der Käufern, geteilt durch die Anzahl der Besucher einer Website.



Falsch! Ein Gateway ist ein Begriff aus der Informatik, der die Verbindung zwischen zwei Netzwerken beschreibt, die auf unterschiedlichen Netzwerkprotokollen basieren. So könnte durch ein Gateway ein Netzwerk für E-Mails mit einem für SMS verbunden werden. Die jeweiligen Informationen werden dabei konvertiert und sind dabei für den jeweiligen Netzwerktyp nutzbar.



Richtig! Der Begriff Customer Journey bezeichnet die „Reise“ eines potenziellen Kunden über verschiedene Kontaktpunkte (Touchpoints) mit einem Produkt, einer Marke oder einem Unternehmen, bis er eine gewünschte Zielhandlung durchführt. Eine Customer Journey kann sich über mehrere Stunden oder Tage erstrecken. Gängige Zielhandlungen sind Käufe, Bestellungen oder Anfragen.

E-COMMERCE → Shopsysteme

> Führt man eine Analyse mit den vom Shopsystem gesammelten Daten durch, nennt man das Ergebnis:



- 

Richtig! Unter Reporting versteht man die Aufbereitung von zentralen Unternehmensdaten durch Berichte (Reports). Dazu werden Informationen aus verschiedenen Quellen durch entsprechende Softwarelösungen aufbereitet und dem Online-Händler in einer einfachen und verständlichen Form aufbereitet. Durch das Reporting sollen den Verantwortlichen in den Unternehmen valide Entscheidungsgrundlagen für die Unternehmenssteuerung geliefert werden.
- 

Falsch! Mit Ranking ist die Reihenfolge der Ergebnisse von Suchmaschinen gemeint.
- 

Falsch! Targeting oder Online-Targeting ist ein Marketinginstrument und bezeichnet das zielgruppenorientierte Einblenden von Werbung auf Webseiten. Ziel des Targeting ist es, durch eine möglichst genaue Definition der Zielgruppe dem User entsprechende Werbung einzuspielen.
- 

Falsch! Positioning ist die Bezeichnung für den Vorgang der Positionierung eines Produktes im Markt und der Abgrenzung zum Wettbewerb.



E-COMMERCE → Online Marketing

> Wird eine Provision pro Aufruf eines Werbemittels gezahlt, nennt man dies ...

Pay-per-View

Pay-per-Look

Pay-per-Lead

Pay-per-Call



Ja, Pay per View kennzeichnet ein Kompensationsmodell im Online-Marketing, bei welchem eine Provision pro Anzeige/Aufruf eines Werbemittels gezahlt wird.



Nicht ganz richtig. Zwar existieren erste Anbieter, welche mittels Kameras die tatsächliche Wahrnehmung von Werbemitteln analysieren wollen und dies als Pay-per-Look bezeichnen, wir suchen hier jedoch ein anderes, ein etabliertes Modell.



Nein, Pay-per-Lead ist ein Modell, in welchem pro erfolgreicher Vermittlung eines Interessenten oder Käufers (Leads) eine Kompensation gezahlt wird.



Nein, Pay-per-Call ist ein Modell, indem pro Anruf eines Nutzers eine Kompensation gezahlt wird - i.d.R. gemessen durch spezifisch eingeblendete Rufnummern.

RECHT & DATENSCHUTZ → Datenschutz



- > Was sollte man bei Analysewerkzeugen
- > (z. B. Google Analytics) bei Webseiten beachten?

Dass das Tool auch immer aktiviert ist

Daten werden nicht länger als 3 Monate gespeichert

Dass der Webseitennutzer vorher einwilligen muss

Dass eine Vereinbarung mit Google vorliegt



Leider nein. Das wäre auch zu einfach!



Falsch. Die Dauer der Speicherung ist unerheblich.



Nein. Wenn die Daten pseudonymisiert erhoben werden, ist keine vorherige Einwilligung erforderlich.



Richtig! Dass eine Auftragsdatenverarbeitungsvereinbarung mit Google vorliegt. Außerdem muss die Nutzung in der Datenschutzerklärung erwähnt werden, eine Widerspruchsmöglichkeit bestehen und die IP-Adressen-Anonymisierung aktiv sein.

RECHT & DATENSCHUTZ → Bildrechte



> Darf man Bilder nutzen, wenn man sie im Internet findet, z. B. auf Websites von Fotografen?

Ja, Internet-Bilder sind public domain

Nein, das allein ist keine Lizenz zur Nutzung

Pressebilder nicht, alle anderen schon

Stock Image-Bilder nicht, alle anderen schon



Auch wenn man das immer wieder hört, ist das weit von der Wahrheit entfernt. Dass man ein Bild im Internet abrufen kann, ist noch lang keine Lizenz zur Nutzung! Eine solche Lizenz muss ausdrücklich erteilt werden.



Richtig. Bitte nicht einfach Bilder nutzen, nur "weil man sie gefunden hat"! Eine Lizenz zu einer bestimmten Nutzung muss ausdrücklich erteilt werden.



Das war daneben, und wenn, wäre es eher anders herum: Pressebilder sind im Zweifel noch eher zur Nutzung (allerdings zu Presse Zwecken, nicht zur Marketing-Zwecken!) freigegeben. Eine Lizenz zu einer bestimmten Nutzung muss ausdrücklich erteilt werden



Nein, das stimmt nicht, und gerade bei Stock Image-Anbietern sollte man vorsichtig sein. Jeder Anbieter hat seine eigenen Lizenzbedingungen, die man sich ansehen sollte, bevor man Bilder von der jeweiligen Site nutzt.

Weitere wichtige Komponenten für künftige Weiterbildung

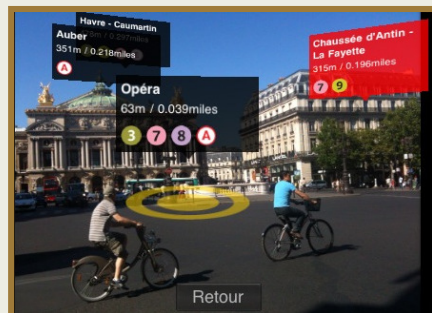


Gamification

Mobile Endgeräte



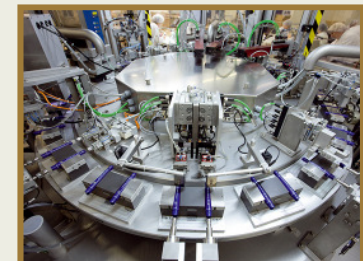
Augmented Reality



Cloud Computing

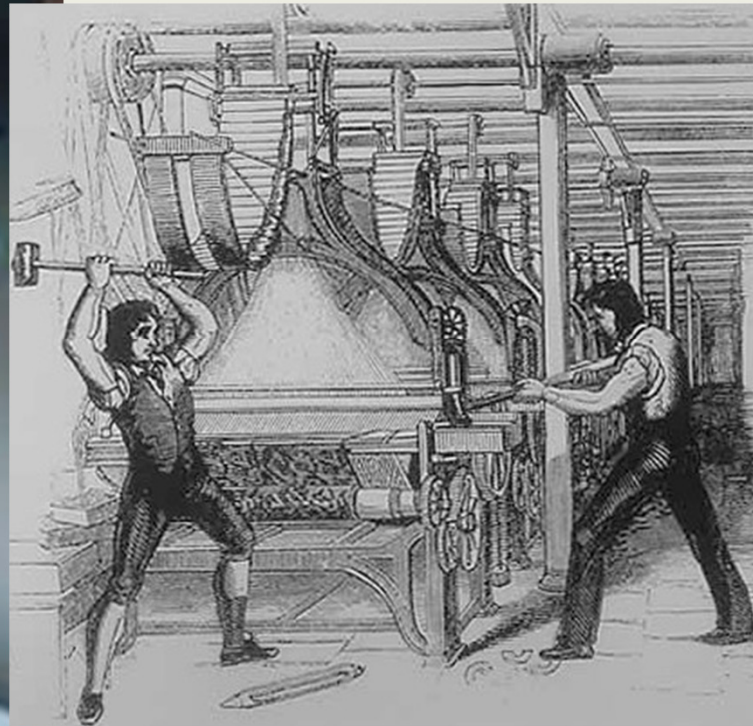


Automatisierung



Digitale Revolution löst industrielle Revolution ab

Cyborgs oder Maschinenstürmer?



Werden Sie schneller, nicht perfekter!



Consulting, Trendforschung, Keynotes, Schulungen und
Ansprechpartner für den Digitalen Führerschein



hj.zimmermann@macrom
edia.de

h.zimmermann@dasgoldenevlies.de

+49 151 11333611

Links zu den Videos Apple 1984, Prof. Kruse, TedX Neil Harbisson Human Eyeborg und Beacons



<https://www.youtube.com/watch?v=OYecfV3ubP8>

<https://www.youtube.com/watch?v=sboGELOPuKE>

http://www.youtube.com/watch?v=d_mmwrbDGac

<https://www.youtube.com/watch?v=JrRS8qRYXCQ>