

# 5 wichtige Marketing Trends 2015 für den Mittelstand

# 2015

## Zielgruppe Generation Y verändert das Marketing

In Deutschland leben aktuell rund 12 Millionen „Y“, das sind die zwischen 1980 und 2000 Geborenen. Und sie stellen an Unternehmen andere Ansprüche, als die Generationen davor – als Kunden und als Mitarbeiter. Sie sind mit Computern, Mobilgeräten und Spielekonsolen aufgewachsen und daher ausgezeichnete Multi-Tasker.

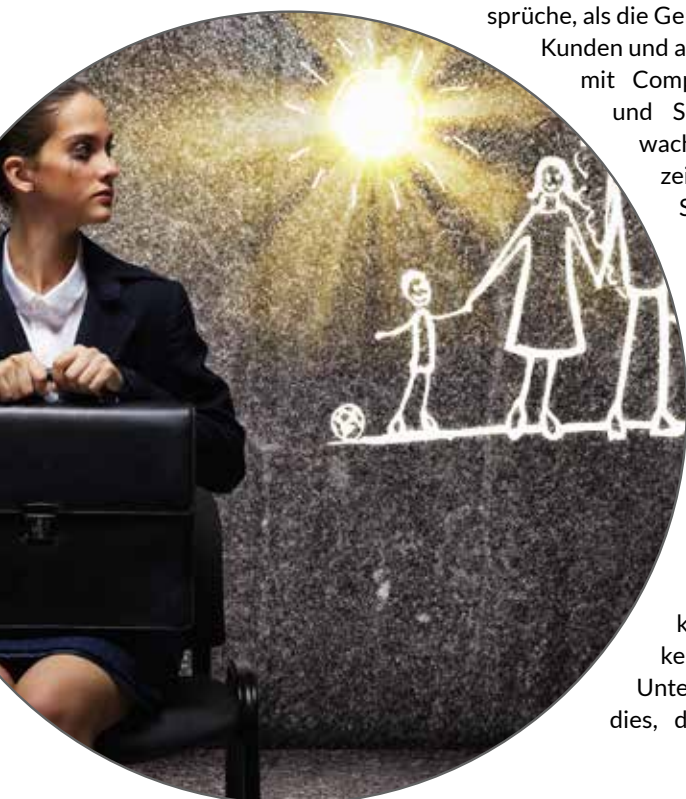
Sie sind es gewohnt, dass Informationen permanent, schnell und umfassend abrufbar sind. Der Austausch durch Social Networks prägt ihr Kommunikationsverhalten. Die Konsequenz ist aber auch, dass die Mitglieder dieser Gruppe eine kürzere Aufmerksamkeitsspanne haben. Für Unternehmen bedeutet dies, dass sie ihr Angebot

online und mobil nutzbar und noch schneller erfassbar machen müssen. Und das gilt auch bei der Suche nach neuen Mitarbeitern.

Angestrebt wird von den „Y“ zudem eine funktionierende Work-Life-Balance, d.h. Familie und Freizeit sind oft wichtiger als Arbeit und Karriere. Auch das soziale und gesellschaftliche Engagement eines Unternehmens ist für diese Generation relevant. Glaubwürdigkeit und die Übereinstimmung mit den eigenen ethischen Werten beeinflusst daher die Wahl des Arbeitgebers sowie den Kauf von Produkten oder Dienstleistungen.

## Kunden suchen häufiger mobil – und zwar B2C und B2B

Vier von zehn Deutschen nutzen mittlerweile Smartphones, fast jeder Dritte hat damit bereits online eingekauft. Und auch in der B2B-Kommunikation informieren sich Entscheider über Lieferanten immer häufiger über mobile Geräte.



Die mobile Suche und das mobile Webbrowsing werden 2015 weiter stark ansteigen. Unternehmen müssen das bei der Gestaltung ihrer Websites und Shops berücksichtigen und diese entsprechend optimieren. Entweder durch eine Programmierung im Responsive Design, bei der sich Aufbau und Inhalt der Websites der Bildschirmauflösung des genutzten Endgerätes anpassen. Oder durch eine zusätzlichen mobilen Webauftritt.

### Content Marketing: Qualität der Inhalte immer wichtiger

Niemand weiß, wann 2015 das nächste Suchalgorithmus-Update durch Google kommen und welche Konsequenzen es für das Suchmaschinenmarketing haben wird. Doch eines scheint auch künftig relevant zu sein: Wer im Web gut gefunden werden will, muss einzigartige, hochwertige und vielfältige Inhalte anbieten, die zum Lesen und Verweilen auf der Webseite animieren. Interessant sind Webseiten, die möglichst vielfältigen Content zeigen und Texte mit Bildern, Grafiken und Videos ergänzen. Nur so werden Leser bzw. Kunden angelockt, die liken, teilen und klicken. Nur das erhöht die Zugriffszahlen und die Anzahl der Backlinks, die als externe Verlinkungen auf die eigene Website das Ranking bei Google & Co. positiv beeinflussen.



Für Unternehmer bedeutet dies, dass sie sich noch stärker in ihre Zielgruppe hineindenken müssen um zu erahnen, mit welchen Fragen und Suchbegriffen diese suchen. Die entsprechenden Keywords beziehungsweise Keyword-Kombinationen gilt es dann sinnvoll auf der eigenen Homepage zu platzieren.

### Geschwindigkeit zählt: Ladezeit der Website beeinflusst Google-Ranking

Was den meisten Einfluss auf das Google-Ranking hat, ist das Geheimnis des Suchmaschinen-Giganten. Vermutlich gibt es über 200 verschiedene Faktoren. Künftig noch weiter an Bedeutung gewinnen wird aber die Ladegeschwindigkeit einer Webseite, d.h. die Zeit, in der sie vollständig im Webbrowser geladen werden kann.

Doch nicht nur Suchmaschinen auch Kunden honorieren es, wenn eine Webseite oder ein Webshop in wenigen Sekunden abrufbar ist. Dauert dies zu lange, springen die Besucher sehr schnell ab. Das gilt vor allem bei der mobilen Suche unterwegs. Einfluss auf die Web-Performance haben u.a. der Aufbau der Webseite sowie die Größe der verwendeten Bilder und Grafiken. Diese Faktoren müssen regelmäßig überprüft und optimiert werden.



**Claudia Mattheis**  
Geschäftsführerin  
mattheis.  
Werbeagentur GmbH  
[www.mattheis-berlin.de](http://www.mattheis-berlin.de)

### Suche per Spracheingabe gewinnt an Bedeutung

Wer mit Smartphone oder Tablet im Internet etwas sucht, kann dies jetzt auch per Spracheingabe, z.B. mit der neuen Google-App. Einfach die Frage in das Mikrofon im Gerät sprechen, und Google liefert die Suchergebnisse als Texte, Bilder oder Filme. Dies bedeutet eine neue Herausforderung für die Gestaltung von Inhalten auf Webseiten und in Shops. Denn damit Google die durch den mobilen Nutzer gestellten Fragen beantworten kann, muss es die Antworten im Internet finden.

