Rezensionen von Buchtips.net

Erwin Lammenett: Online-Marketing - Quick-Wins

Buchinfos

Verlag:	Verlagshaus Mainz (weitere Bücher von diesem Verlag zeigen)
Genre:	Sachbuch
ISBN-13:	978-3-86130-704-4 (bei Amazon.de bestellen)
Preis:	4,19 Euro (Stand: 21. August 2025)

Das Buch "Online-Marketing - Quick-Wins" von Erwin Lammenett erschien Anfang dieses Jahres (2010) im Verlagshaus Mainz. Man will Wege des Marketings im Internet aufzeigen, die kurzfristig und mit relativ geringen Kosten realisierbare Maßnahmen ermöglichen.

Inhaltlich werden von einer Begriffsklärung ausgehend die Themenfelder Google AdWords und Analytics, Suchmaschinenoptimierung, Email-Marketing, Netzwerke, der klassische E-Commerce und die Shop-Software behandelt.

Die Darstellung der Inhalte ist in einen attraktiven Rahmen gesetzt. So wird mit Tabellen und Graphiken gearbeitet und Markierungen schaffen Hervorhebungen bestimmter Abschnitte. Zudem werden stichpunktartige Aufzählungen vorgenommen, die speziell in diesen Teilen eine gute Gliederung herstellen können.
Die Ausführungen wollen dabei die Grundkenntnisse der einzelnen Bereiche näher bringen und sprechen viele Gebiete des Online-Marketings an.

Als negativer Punkt ist hier eine fehlende Nummerierung der einzelnen Abschnitte zu nennen. So wird bereits im Inhaltsverzeichnis lediglich mit unterschiedlich großen Einschüben gearbeitet, was es dem Leser nahezu unmöglich macht Unterüberschriften ihrem thematischen Kerngebiet zuzuordnen.
Weiter fallen Rechtschreibfehler auf, wie etwa "Das [hier: dass] Keyword-Advertising juristisch problematisch werden kann leuchtet ein." (S.14). Diese Fehler stören sowohl den Lesefluss als auch das äußere Bild des Buches und damit das Image des Werkes selbst.

Ein schlechtes Licht wirft weiter der Aspekt des In-Sich-Widersprechens auf das Buch. So wird beispielsweise in einem "Exkurs - juristischens:" (das sollte Juristisches heißen) auf verschiedene Gesetze hingewiesen, die Bestimmtes bewirken (S.49), wobei wenige Zeilen danach erklärt wird, dass das aber nicht so stimmt und andere Vorschriften existieren; hier interessiert es den Leser außerdem wenig, ob ein Gesetz ein anderes außer Kraft setzte oder nicht. Am Ende des Abschnittes wird dann in einer Zusammenfassung ein Ergebnis präsentiert, das sich inhaltlich nicht auf das Vorige bezieht und neue Komponenten aufwirft.

Weiterhin könnte können viele Inhalte einfach auf entsprechenden Webseiten nachgelesen werden - vor allem was die langen Ausführungen zu Google-AdWords und Analytics betrifft.
Werden an diesen Stellen die Texte zu ausführlich behandelt, fehlt es in anderen Teilen und Dank der Kürze und vermeintlichen Prägnanz können diese Teilbereiche nicht abschließend verstanden werden.

Ich persönlich finde es weiterhin schade, dass das Kapitel über soziale Netzwerke sehr kurz gehalten ist, da diesem Bereich als kostenfreie Möglichkeit des Online-Marketings eine essentielle Bedeutung zukommt.

Summa Summarum zeigt das Buch einige Grundaspekte auf und macht diese verständlich. Wegen der genannten Schwächen kann eine Empfehlung aber nicht ausgesprochen werden.

3 von 10 Sternen

Vorgeschlagen von Matthias
[20. Mai 2010]