



Neues aus dem KonText-Kontor

Auf den weiteren Seiten lesen Sie:

Effizienter Arbeiten in Westfalen für Urlaubsfreuden in Skandinavien.

Lesen Sie auch sonntags gerne in der Zeitung?

Größte Wirtschaftsmesse im Norden des Kreises Gütersloh.

Schütze, was du liebst: Die Produktinnovation CarCap.

Fabrikverkauf einmal anders: Gehen Sie auf den Schwarzmarkt.

Online: Unsere Interessen bestimmen die Werbung, die wir sehen.

Der Nachwuchs kommuniziert mittels Erikativ. Junge Menschen sind ganz woanders, als dort, wo wir bislang ihre Eltern und Großeltern erreichten. Und zwar im Internet. Für unsere langjährige Kundin TWO haben wir jetzt die Kampagne „Die junge Kraft der Haller“ fast komplett ins Netz verlegt. Herzstück ist eine interaktive Homepage, zu finden unter www.Junge-Kraft.de, weitere Elemente sind Rundmails und Messenger-Infos an die Kids. Für die Eltern, Lehrer und Großeltern wird es vorerst auch noch Pressemeldungen, Plakate und Handzettel geben. Gefragt sind bei einer solchen jungen Kampagne nicht nur neue Distributionskanäle, sondern auch eine neue Art der Ansprache. Und Input vom Nachwuchs: Juliane Ehmke, KonText-Azubine im Beruf der Kauffrau für Marketingkommunikation, und Max Henry Kummrow, Ältester des Chefs, haben die Kampagne zusammen mit unserer neuen Grafikerin Daniela Edler ausgeheckt und halten den Draht zu den Kids. Nebenan finden Sie das Plakat. Sollte Ihnen das nichts sagen, sind Sie vermutlich schon zu alt: „Winsel“ ist der Injektiv (der von Experten lie-



bevoll „Erikativ“ genannt wird – nach Ihrer Erfinderin Erika Fuchs, der 2005 verstorbenen Übersetzerin der Micky-Maus-Comics), die infinite und unflektierte Verbform des Wortes winseln. Die beiden Sternchen sind im Netzjargon übliche „Gefühlsanzeiger“, die den Gestik-Ersatz verstärken wollen. Das Plakat will (zur Senkung der Angstschwelle) sagen, dass sich selbst die Kids, die regelmäßig den Hund der Nachbarin ausführen, um den Förderpreis bewerben können. Geheckt?

Kontext sorgt für Gesundheitsvorsorge im Ruhrgebiet. Sie wollten wissen, was wir sonst so tun? Anfang des



Monats ist die neue Homepage www.ruhrgebiet-gegen-den-schlaganfall.de online gegangen. Für die Neurologen der 27 größten Kliniken des Ruhrgebiets haben wir die Initiative in die Öffentlichkeit gebracht. Vom KonText-Kontor stammen Name und Logo (siehe links) sowie ein

Großteil der Homepage-Inhalte. Nur bei den medizinischen Details haben wir den Chefärzten gerne den Vortritt gelassen. Ein Plakat sowie viele Tausend Flyer steckten auch in dem Paket, mit dem die Schlaganfall-Spezialisten in den Stroke Units erstmalig gut gerüstet in die Aufklärung der Menschen im Ruhrgebiet einsteigen konnten.



Effizienter Arbeiten in Westfalen für Urlaubsfreuden in Skandinavien. Für einen der bundesweit bekanntesten Vermittler von Freizeitheimen für nichtkommerzielle Gruppenreisen, den Reiseservice Henser in Vermold (Westfalen), haben wir jetzt eine neue Homepage inhaltlich, gestalterisch und funktional entwickelt: www.reiseservice-henser.de. Die ist Datenbank-basiert und erlaubt erstmalig die gemeinsame Online-Verwaltung aller werblichen und informierenden Text- und Bilddaten für viele unterschiedliche Medien des Unternehmens. So reicht ein Knopf-

druck, um die Daten für den Satz des nächsten Katalogs in die Grafik zu senden. Oder auch, um ein Exposé zu generieren. Durch unseren Processing-Input wurde das Backend der Homepage zu einem enorm Zeit sparenden Werkzeug im Tagesgeschäft der Nordeuropa-Spezialisten. Der erste Test, die Produktion des ebenfalls neuen Katalogs (Foto links), hat reibungslos funktioniert. Starke Arbeit, Andreas! Und danke an Susse und Dirk Henser für dieses anspruchsvolle Projekt.

Lesen Sie auch sonntags gerne in der Zeitung? Jeder zweite Deutsche schmökert am Sonntag gerne in der Zeitung: 56 Prozent lesen die Regionalzeitung vom Samstag ausführlich, 51 Prozent lesen eine der Sonntagszeitungen (Bild am Sonntag, Welt am Sonntag oder Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung), 30 Prozent lesen die (oft kostenlose) Sonntagszeitung ihres Regionalverlags. Das haben jetzt die Marktforscher von Marplan/ZMG herausgefunden. Männer lesen mehr als Frauen und ältere mehr als junge. Wichtig scheint auch das Einkommen: Unter denen, die wenig haben, wagen nur ein

Drittel sonntags den Blick in die Zeitung. Und von denen die mehr haben, sind es schon zwei Drittel. Prägend scheint auch die Bildung: Wer weniger weiß, liest weniger. Wer mehr weiß, liest mehr. Und umgekehrt stimmt es sicherlich auch. Also: Wer mehr liest, weiß mehr. Aber das wussten Sie ja schon.



Größte Wirtschaftsmesse im Norden des Kreises Gütersloh. Auch wenn Eventmanagement nicht zu unserem Core Business (Denglisch für Kerngeschäft) gehört, so haben wir doch die größte Wirtschaftsmesse im Norden des Kreises Gütersloh, die Gewerbeschau Gartnisch, wieder bestens hingekriegt:

Jan Bentfeld ist es gelungen, 75 Aussteller zu gewinnen. Und dank einer tollen Werbung (Steckaktion in den Nachbarstädten des Altkreises und Flyer in der Nordwestbahn) und auch dank tollen Wetters war es am letzten Aprilwochenende rappendvoll. Wir haben nicht zählen können, aber deutlich mehr als 10.000

Besucher dürften es wohl gewesen sein. Entscheidender für den Erfolg ist jedoch die Zufriedenheit der Aussteller. Und die ist laut den ersten Umfrageergebnissen erneut hoch. Ein toller Erfolg und Danke an Jan und Jule für einen tollen Job!



Schütze, was du liebst. Nachdem wir zwischen dem letzten und diesem Newsletter helfen durften, das Restaurant „Sauerzapfen Junge Küche“ zu eröffnen, haben wir jüngst eine Neuprodukteinführung unterstützt, die die Autofahrer unter

uns begeistern dürfte: CarCap ist, wie der Name schon vermuten lässt, ein Carport ganz neuer Art. Nicht schwer oder fragil wie teure oder billige Holzhalbgaragen, sondern ein designig-leichter, fast schwebender Schutz für unser liebstes

Spielzeug. Der Vertrieb wird gerade aufgebaut, bald wird es CarCap in ganz Europa geben. Lust auf mehr? Dann gehen Sie ins Web unter www.carcap.de.

Gehen Sie auf den Schwarzmarkt.

In oder out? Diese Frage stellt sich beim ersten Schwarzmarkt nicht. Denn Schwarzmarkt, das klingt irgendwie nach Tausch, riecht nach Schnäppchen und lockt somit auch den letzten Sparfuchs aus der Höhle. Für unsere Klientin Schwarz Transportgeräte haben wir den Schwarzmarkt entwickelt. Das ist

nicht mehr oder weniger als ein Fabrikverkauf von Schubkarren und mehr für Profis und anspruchsvolle Privatanwender. Nebenan sehen Sie einen Beileger

Online-Werbung, die Zweite: Der Anzeigen-Selektor kommt. Google will künftig interessenbasierte Anzeigen. Neu sind im Wesentlichen zwei Funktionen: Nutzern, die kürzlich die Website eines Werbungtreibenden aufgesucht haben, wird beim Aufrufen einer Seite aus dem Google Content Network (AdSense-Teilnehmer) und auf YouTube eine entsprechende Anzeige gezeigt. Beispiel: Hat ein Nutzer

Psst ...

am 15. + 16. Mai 2009
von 9 bis 18 Uhr
in Vermold



Schwarzmarkt

für das Landwirtschaftliche Wochenblatt. Das Motiv fanden wir auch klasse für Anzeigen und Werbebanner am Fabrikgelände in Vermold. Ach so, falls Sie

sich im Sommer für eine Jacke eines bestimmten Herstellers interessiert, könnte er im Herbst mit einer Anzeige jenes Modehauses konfrontiert werden. Die zweite Möglichkeit: Nutzer, die über Google und YouTube regelmäßig Auto-Seiten aufgerufen haben, werden als „Auto-interessiert“ abgespeichert und bekommen vermehrt Kfz-Anzeigen zu sehen. Erste Tests mit den neuen Anzei-

auch noch neues Gerät für Garten oder Stall benötigen: Der Schwarzmarkt findet am 15. und 16. Mai zwischen 10 und 18 Uhr in Vermold, Roggenkamp 2-4, statt.

gen laufen ab April, Ende des Jahres sollen die „interest based ads“ marktreif sein. Das System kann man sich bereits im „Ads Preference Manager“ ansehen. Dort können Nutzer einsehen, welche Daten Google bisher über sie gesammelt hat und ihre Präferenzen verwalten – oder sich der Datensammelei verweigern.

In diesem Sinne: Gute Geschäfte!

Ihr Joachim Kummrow