



Aktuelle Meldungen

- Patriotismus für den Kreis
- Werbevideos im Internet
- Online-Werbung auf dem Vormarsch
- Nachwuchs-Schwemme im Kontor
- Neuer Markenauftritt der VHS im KonText



Neue Regeln für Suchmaschinenwerbung

Wer sich mit Googles Werbesystem AdWords neue Kunden via Internet erschließen will, braucht nicht nur gute Ideen für knackige Textanzeigen und zielführende Suchbegriffe, sondern muss auch die für die Seitenpositionierung relevanten Google-internen Qualitätskriterien im Auge behalten. Wer bei den üblicherweise zu einem Stichwort angezeigten elf Textanzeigen pro Seite möglichst weit oben stehen will, braucht nicht nur ein wettbewerbsfähiges Gebot pro Klick, sondern auch Keyword-relevante Anzeigentexte. Ab sofort beeinflusst ein weiteres Kriterium die Qualität der Zielseiten oder Landing Pages: Google bewertet die Zeit, die zwischen dem Klick auf die Anzeige und dem Erscheinen der Landing Page vergeht. Da ist ein optimaler Server am Netz wichtig. Wenn ihre Seite noch falsch liegt, sagen Sie einfach im KonText-Kontor unter 05201-817881 Bescheid.

Das Staats-Reptil

Wenn es um Patriotismus geht, tragen die US-Amerikaner deutlich dicker auf als wir Deutschen. Das muss man nicht immer gut finden. Was uns als Marken-Experten aber gefällt, ist das Gespür der Amis, Identifikationspunkte und Symbole für ihr Land zu schaffen. So hat jeder Bundesstaat einen Slogan, der Nummernschilder und andere offizielle Dokumente ziert. Arizona bezeichnet sich als der „Grand Canyon State“, Idaho verweist ganz schlicht auf seine „Great Potatoes“. Kansas warb (offensichtlich vor den Zeiten der Frauenbewegung) mit „Home of Beautiful Women“. Einen Claim, der in wenigen Worten zusammenfasst, wofür die ganze Region steht, hat auch unsere Heimat, der Kreis Gütersloh: „Weltgewandt und bodenständig“ – eine KonText-Produktion. Jetzt fragen wir uns: Braucht unser Kreis noch mehr Insignien, so wie Tomatensaft das offizielle Staatsgetränk von Ohio, Popcorn der offizielle Snack von Illinois und die Krötenechse das offizielle Reptil von Wyoming ist? Die Mettwurst wäre wohl das offizielle Lebensmittel für den Kreis, heißer Anwärter auf die offizielle Kreis-Spirituose ist unseres Erachtens der Wacholder. Vielleicht können wir auch noch schnell Schwarzbrot für uns besetzen, bevor es die Münsteraner tun. Wenn Sie weitere Ideen haben, lassen Sie es uns wissen!

Indien explodiert

Laut dem Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) nutzen ganze 60 Prozent der Deutschen das Internet für den privaten E-Mailversand. Zum Vergleich: Im Jahr 2004 waren es noch 51% und 2002 noch 38%. Das zeigt die enorme Steigerung des Internetgebrauchs und lässt vermuten, dass dieser in den nächsten Jahren weiter stark zunehmen wird. Von den deutschen Internetnutzern sind ganze 79,7% Online-Shopper. Manchmal glaubt man, diesen Erfolg des Webs in den Auslagen des heimischen Fachhandels gespiegelt zu bekommen. Und im Boom-Land Indien hat sich die Zahl der Internetnutzer seit dem Jahr 2004 von 16 Millionen auf 46 Millionen Menschen verdreifacht. Hier ist Entwicklung, dort Explosion.





Augenmenschen

Da jammern wir „Oldtimer“ (die noch mit Büchern groß geworden sind) seit Jahren, dass unsere Kinder immer vor der Glotze sitzen. TV oder PC – das ist spätestens seit Download und Youtube egal. Die Folgen sind schon zu sehen: Ergebnis einer Studie zur Akzeptanz von Online-Videos in Deutschland war, dass sich jeder Dritte das Werbevideo besser einprägen konnte als ein konventionelles Werbemittel. Gut, zwei Drittel scheinen noch auf alte Art gepolt zu sein. Sicher ist jedoch, dass das bewegte Bild immer wichtiger für die Werbung wird. Seien Sie gewiss, wir sind am Ball.

Viele Nullen

145.000.000.000 Dollar – das ist so viel wie ein Drittel des Bundeshaushalts 2009 – wurden in 2006 weltweit für Werbung ausgegeben. 43 Prozent für TV, je gut 20 Prozent in Zeitungen und Zeitschriften. Aber das soll sich ändern: 80 Milliarden sollen schon in drei Jahren (im Jahr 2011) in die Online-Werbung fließen. Das haben amerikanische Forscher gerade errechnet. Momentan sind es eben 17 Mrd. Dollar. 80 Milliarden, das lässt die Bosse von Zeitungen, Zeitschriften TV und Radio kräftig erzittern. Denn das sind noch fünf Prozent mehr, als TV und Radio heute zusammen bilanzieren. Und über 30 Mrd. mehr, als alle Printmedien weltweit derzeit einwerben. Oder wird in 2011 einfach mehr geworben (zum Beispiel für die Millionen neuen Inder am Netz)? Bislang waren alle Erwartungen bezogen auf das Wachstum des Internets falsch. Und zwar „falsch“ im Sinne von „zu tief“.

Nachwuchsschwemme, die zweite

André Kowarsch (23), der Student an der FHM, hat sich bei uns richtig gut eingelebt und es fällt gar nicht mehr auf, dass er eigentlich „nur“ ein Praktikum macht. Er ist eine gute Hilfe für das Unternehmen und hat auch schon vieles gelernt. Momentan schlägt er uns gerade eine Schneide durch das große Thema Web 2.0. Wir freuen uns jetzt schon auf die Ergebnisse und noch einige weitere Wochen gute Zusammenarbeit. Jasmin Rollmann (18), Abiturientin aus dem hessischen Groß-Umstadt verlängerte kurzerhand ihr Schülerpraktikantin in ihre erste Ferienwoche und schnupperte so bei uns zwei Wochen PR-Luft. Gleich ihr erster Text schlug ein wie eine Bombe – ein echtes Naturtalent. Wir hoffen, diese zwei Wochen in Westfalen haben ihr genauso viel Freude gemacht wie uns. Alles Gute, Jasmin! Gerade ausgewählt haben wir zwei Schülerpraktikantinnen der heimischen Schulen, die Ende Januar/ Anfang Februar kommenden Jahres schnuppern wollen. Beide wissen genaz genau, was sie wissen wollen. Tolle Kids hat's da draußen.

Berührt. Bewegt. Begeistert.

Manchmal fühlen wir Markenmacher uns wie Gärtner, die einen Samen säen und sich dann kindgleich freuen können, wenn die Saat aufgeht. So jüngst geschehen bei der Semestereröffnung der Volkshochschule Ravensberg. Das größte Weiterbildungsinstitut im Norden des Kreises Gütersloh (6.000 Teilnehmer und 400 Kurse pro Semester) feierte in der Herz-Jesu-Kirche, berührte mit dem Dudelsack-Klassiker „Highland Cathedral“ (Gänsehaut!!!!), bewegte mit ganz persönlichen Erkenntnissen aus der Schreibwerkstatt, und begeisterte mit dem Wahnsinns-Gospelchor GAM. Sensationell! Bei diesem Dreiklang trat die neue Marke (developed by KonText-Kontor) spielend den Beweis an, wie lebendig VHS heute sein kann. Hach, ist das schön. Danke an Kurt-Ulrich Schäfer und sein tolles Team der VHS!

In diesem Sinne: Bleiben Sie tapfer!

Ihr Joachim Kummrow

KONTEXT
Kontor für
Marketing und
Öffentlichkeitsarbeit GmbH

© by KonText-Kontor GmbH,
Albert-Schweitzer-Straße 3 • 33790 Halle in Westfalen
Fon 05201-8178-70 • Fax 05201-8178-78
E-Mail: post@kontext.info • Web: www.kontext.info
Geschäftsführer: Joachim Kummrow
Handelsregister HRB 5232 AG Gütersloh

