



NEWSLETTER

p i r m a s e n s . d e

Newsletter des Pirmasens Marketing e.V. / November 2007 / Nr. 36 / 10. Jahrgang

Editorial

Liebe Leser,

kaum haben wir uns vom Sommer verabschiedet, geht das Jahr schon wieder in den Endspurt. Und, um im Bild zu bleiben, mit der letzten Runde werden schon gleich wieder die Vorbereitungen für das neue Rennen getroffen. Viel zu tun gibt's an allen Ecken und Enden gerade im Marketing, wenn auch 2008 ein erfolgreiches Jahr werden soll. Wesentliche Dinge auf den Weg gebracht wurden unter anderem auch im **Dynamikum**, denn bereits im Frühjahr steht im Rheinberger die Eröffnung unseres Mitmachmuseums an. So hat sich Ende Oktober der Trägerverein konstituiert. Zu diesem und zu vielen anderen Themen mehr haben wir Ihnen wieder einige Beiträge zusammengestellt. Aber bitte sehen Sie doch selbst ...



Ihr Rolf Schlicher

Marketingkoordinator Stadt Pirmasens und Geschäftsführer Pirmasens Marketing e.V.

Gaudi und klingende Kassen beim Novembermarkt



Rundum zufriedene Gesichter gab es beim fünften Novembermarkt in der Innenstadt, der nicht nur die Pirmasenser, sondern auch wieder zahlreiche Auswärtige anzog. Die Verbindung aus Jahrmarkt – mit imposantem Riesenrad vor der Pirminiuskirche – und Shopping mit verkaufsoffenem Sonntag am ersten Novemberwochenende überzeugte die Besucher, Schausteller und Händler gleichermaßen. Damit geht der Reigen der CityEvents im laufenden Jahr äußerst erfolgreich zu Ende. Und an der Fortsetzung wird natürlich schon geschrieben.

Willkommen im Club

Der Mitgliederkreis des Pirmasens Marketing e.V. wächst weiter. Als jüngste Wegbegleiter beigetreten sind die **Bauhilfe Pirmasens GmbH**, vertreten durch den Geschäftsführer Ralph Stegner, und Jannine Zimmer mit ihrem **'Rösthaus – Die Kaffeemühle'**. Ein herzliches Willkommen im Namen aller Mitglieder, und auf ein anregendes, für uns alle gewinnbringendes Miteinander!

Rund ums Dynamikum

Während im Rheinberger die Vorbereitungen für den Aufbau unseres Science-Centers auf Hochtouren laufen, hat das Team des Gießener Mitmachmuseums **Mathematikum** im Zuge der partnerschaftlichen Zusammenarbeit ein für den Themenbereich 'Der Dreh' angefertigtes Exponat namens Drehtisch übergeben. Zu den geladenen Gästen der kleinen Präsentation, die am 27. Oktober im laufenden Museumsbetrieb im **Mathematikum** stattfand, gehörten der Gießener Oberbürgermeister Heinz-Peter Haumann und sein Amtskollege aus Pirmasens, Dr. Bernhard Matheis.



Auch im Organisatorischen wurde mit der Gründung des Dynamikum e.V. ein Meilenstein gesetzt. An der Spitze des am 31. Oktober gegründeten Trägervereins stehen Professor Thomas Stumm und stellvertretend Professor Ludwig Peetz, beide als treibende Kräfte der ansässigen **Fachhochschule** erfahren und uns gut bekannt. Beisitzer sind Isolde Woll – quasi für den Marketingverein im Boot –, **PFI**-Leiter Dr. Gerhard Nickolaus, der Finanzamtschef Maximilian van de Sand und Lieselotte Jung, Leiterin der **Berufsbildenden Schule**. Zu den elf Mitgliedern der ersten Stunde gehören außerdem der Förderer Klaus

Rheinberger, Professor Albrecht Beutelspacher vom **Mathematikum** in Gießen sowie Reinhard Marks, der für das pädagogische Zentrum tätig ist, der Steuerexperte Martin Oden und nicht zuletzt Dr. Bernhard Matheis.

Mitglieder im Portrait: Gisbert Kieser GmbH

Dass ein aktives Engagement im Marketing-Verein alles andere als eine Frage von Entfernungen ist, beweist das Beispiel Gisbert Kieser GmbH. Denn an die 40 Kilometer liegt der Sitz Hütschenhausen des neun Mitarbeiter zählenden Betriebs von Pirmasens entfernt und ungeachtet dieser Distanz fühlt sich der namensgebende Inhaber des Unternehmens unserer Stadt sehr verbunden.

Das mag daran liegen, dass der Anbieter von Luft- und Raumreinigungssystemen seine Produkte regelmäßig auf Pirmasenser Messen wie hageha und BAUmit präsentiert; schließlich bringt das ein entsprechendes Messenachgeschäft mit sich und erhöht sukzessive den Kundenkreis. Aber auch die Aktivitäten der Horeb-Städter und das stete Entwickeln neuer Ideen, das einst monostrukturierte Wirtschaftsleben an den verschiedensten Ecken und Enden in Schwung zu bringen, spielen für Inhaber Gisbert Kieser in seine Einstellung gegenüber Pirmasens mit ein.



„Manchmal wünschte ich mir, die Pirmasenser würden noch stärker den Rückenwind aufnehmen und ihre Chancen aktiv wahrnehmen“, betont der 44-jährige Geschäftsmann, der seit 2004 und der 'Tor zur Stadt'-Aktion der Messe Pirmasens zu den Mitgliedern im Marketing-Verein zählt. „Der Schulterschluss und das schrittweise Vorwärtsgen sind nun mal erfolgsversprechender als Gejammer und Schwermut.“ Den stärkenden Effekt des gemeinsamen Auftretens sieht Gisbert Kieser auch als wichtigen Faktor in der Arbeit des Pirmasens Marketing e.V. und wünscht sich hier eine noch breitere Öffentlichkeitsarbeit. „Wir bewegen schon sehr viel, aber Erreichtes darf gerade in der Marketingkommunikation nie zum Ruhekiten werden“, lautet sein Credo.

Als Vertragshändler für ORKY-Produkte verkauft Gisbert Kieser hochwertige Luft- und Raumreinigungssysteme sowohl an private als auch an gewerbliche Kunden. Die Besonderheit liegt in den enthaltenen Wasserfiltern, die Nassreinigen und Absaugen genauso möglich machen wie das Aufsaugen von Wasser, das sogenannte Vakuumieren (von Kissen und Bettdecken) oder auch Tiefenreinigen von Teppichen und Polstern - und das mit permanent gleicher Saugleistung, da die Systeme auf Wasserbasis und nicht mithilfe von Papierfiltern arbeiten. Mitgliedern übrigens räumt die Gisbert Kieser GmbH gern einen Rabatt ein.

Gisbert Kieser GmbH

Gisbert Kieser
Hauptstraße 132a
66882 Hütschenhausen
Telefon: 06372/2092
gisbert.kieser@arcor.de

Die Weihnachtsaktionen laufen an



Pünktlich zur Adventszeit laufen die Weihnachtsaktionen für den Einzelhandel wieder an. So wird es auch in diesem Jahr wieder eine Schokoladentaler-Aktion geben: 10.000 Taler gehen über die teilnehmenden Einzelhandelsgeschäfte an die Kunden, 100 davon gespickt mit einem Gewinnschein über einen Miniaturstier in der 21-cm-Version. Diesen gibt es für 59,90 Euro auch im **Bürger-Service-Center** und in einigen Geschäften in der Stadt zu kaufen, wahlweise in der 32-cm-Variante zum Preis für 79,90 Euro; für 9,95 Euro ist dort außerdem der brandneue Schlüsselanhänger mit Stiermotiv zu erwerben.

Und wer einen Adventskalender mit heimischem Motiv haben möchte, kann für 1,99 Euro einen Pilou-Kalender erstellen. Schon in der dritten Auflage ist das gute Stück unter anderem bei **WAWI** und im **Bürger-Service-Center** erhältlich. Na, wenn das mal nicht ein echtes Sammlerobjekt wird mit bester Aussicht, zum heiß begehrten ebay-Auktionsgegenstand zu mutieren!

Unsere Mitglieder machen Furore

Wir sind viele, und wir alle haben etwas mitzuteilen. Daher möchten wir unseren Newsletter künftig auch als Plattform nutzen, Spektakuläres und Superlative aus unserem Mitgliederkreis vorzustellen.

So wie die Verleihung des Innovationspreises 2007 der **Kaufmännischen Krankenkasse (KKH)** an die **apoplex medical technologies GmbH**, deren Geschenke Albert Hirtz verantwortet. Prämiert wurde am 24. Oktober in Dresden das bahnbrechende Verfahren zur Schlaganfall-Risiko-Analyse (SRA). Dabei handelt es sich um ein Internet-basiertes Screening-Verfahren auf EKG-Basis, mit dem Ärzte, Apotheken und die Schlaganfallzentren der Krankenhäuser sogar nur gelegentlich auftretende Anzeichen erkennen, die auf Vorhofflimmern hinweisen; dieses zählt zu den größten Risikofaktoren insbesondere für Schlaganfall und Demenz.



„Die ausgefeilte Technik, das einfache Handling und die rasche Datenauswertung des Schlaganfall-Frühwarnsystems haben uns überzeugt“, begründete Ingo Kailuweit, Vorstandsvorsitzender der **KKH**, die Entscheidung für **apoplex medical technologies**. Mit ihrem in diesem Jahr zum vierten Mal ausgelobten Innovationspreis für Früherkennung und Prävention zeichnet die **KKH** alle zwei Jahre wissenschaftliche und anwendungsorientierte Arbeiten aus diesen Bereichen aus, die innovative Beiträge zur Entwicklung des Gesundheitswesens leisten.

Für Sie gelesen:

[Thomas Hartmann. Ganzheitliche Marketingkommunikation im Internet. Der Weg zur erfolgreichen Homepage. Publicis Corporate Publishing, Erlangen 2006. 229 Seiten. ISBN 3-89578-279-3. Preis: 34,90 Euro.]



Mittlerweile ist (fast) jeder Deutsche „drin“, wie es Boris Becker einst so schön formulierte. Daher sollte niemand mehr die Bedeutung des Internets unterschätzen – selbst wenn man die Inhalte sehr vieler Seiten getrost vergessen kann –, insbesondere nicht Firmen und Unternehmen, bieten sich ihnen doch mit dieser Plattform die unterschiedlichsten Möglichkeiten, mit ihren Kunden, aber auch Interessenten auf vielfältige Weise zu kommunizieren. Man muss nur wissen, wie dies am wirksamsten zu bewerkstelligen ist.

Schon auf den ersten Seiten konstatiert Marketing-Profi Thomas Hartmann sehr richtig: „Die Website eines Unternehmens ist weder Werbemittel noch Werbeträger und trotzdem beides zugleich“ – und verkörpert so Imagebroschüre, Tageszeitung, Anzeige, Produktvideo, Verkaufskatalog und Ladentheke in einem. Dem zugrunde liegt jedoch die Erkenntnis, dass dieses via Internet zugängliche Konglomerat nur dann funktioniert, wenn ein Unternehmen es auch exakt auf die Bedürfnisse seiner Kunden, den bestehenden wie den potenziellen, ausrichtet.

Anhand zahlreicher Beispiele, Checklisten und Analysen weist der Autor im Folgenden die Bedeutung der „acht Säulen“ auf, die die Grundlage eines erfolgreichen Internetauftritts bilden – dies alles vor dem Hintergrund, dass das Internet ein noch recht junges Medium ist, so dass ein bisschen Training und Handreichungen erforderlich sind, um erfolgreich agieren zu können.

Zunächst ist die Integration ins Unternehmen zu nennen, für deren strategische Umsetzung sich alle Beteiligten, also beispielsweise Geschäftsleitung, Marketing und Vertrieb, externe Agentur und interne IT-Abteilung, engagieren sollten. Zudem ist es schlichtweg ein Muss, das Corporate Design des Unternehmens auf die Website zu übertragen und für die entsprechende Infrastruktur in Form eines leistungsstarken Content-Management-Systems zu sorgen.

Eine weitere Säule an exponierter Stelle das Keyword-Marketing dar, damit die Website auch beim Stöbern in Suchmaschinen an exakter Stelle mit einer Verlinkung auftauchen kann; die Notwendigkeit einer bedienerfreundlichen Struktur – Stichwort Barrierefreiheit – findet ebenfalls Erwähnung. Auch muss die Qualität und Aktualität der Inhalte durchgängig gewährleistet sein, denn bekanntermaßen ist nichts älter als eine Meldung von gestern oder ein Gewinnspiel, dessen Einsendeschluss auf den Sommer des letzten Jahres datiert ist. Viel Platz nehmen auch Erläuterungen zu crossmedialen Promotion-Maßnahmen ein, als da wären Banner, E-Mail-Newsletter der digitalen Kundenbindung, RSS-Feed, virales und Affiliate-Marketing, Corporate Blogs oder auch Podcast-Angebote. Mit der entscheidendste Faktor ist die achte Säule, die Erfolgskontrolle, um die Effizienz des Webauftritts mithilfe verschiedener Werkzeuge wie etwa Monitoring überhaupt ermitteln zu können.

Den Abschluss bilden eine ausführliche Fallstudie zur Website von Siemens Dematic, ein Ausblick bis ins Jahr 2012 (!) sowie ein Glossar, eine Linksammlung und ein Literatur- bzw. Stichwortverzeichnis. Fazit: Die adressierte Zielgruppe, in dem Fall alle am Prozess „Internet-Marketing“ Beteiligten wie Geschäftsführer, Vertriebsleiter, Werbefachkräfte und IT-Verantwortliche, wird mit dieser intensiven Auseinandersetzung mit dem Thema hervorragend bedient. Sehr empfehlenswert!

Unsubscribe

Wenn Sie diesen Newsletter künftig nicht mehr erhalten möchten, senden Sie uns einfach eine Re-Mail mit dem Vermerk ‚Newsletter abmelden‘ zurück.