

Moin,

erfahren Sie in dieser Ausgabe, wie eine Region auf sich aufmerksam macht. Weiterhingegeben wir Tipps für die Suchmaschinenoptimierung von Internetseiten, Praxistipps für "twittern" und berichten von neuen Projekten von Janzen & Partner wie z.B. einer Wahlwerbung, die ein dlich auch mal bares Geld für die Wähler bringt! Viel Spaß!

UNSERE THEMEN

- ➔ Initiative B5-Ausbau – Deutschland/Dänemark
- ➔ Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- ➔ Newsletter – effektives Marketing richtig eingesetzt
- ➔ Twitter Praxistipps
- ➔ Modetrends: Warumeigentlich Lila?
- ➔ NoRiskNoFun – diesmal im Hochseilgarten Eckernförde!
- ➔ Wahlwerbung mal anders!
- ➔ Neue Webseite für die Stadtwerke Husum
- ➔ Neues Outfit für die Bank in der Region

Initiative B5-Ausbau – Deutschland/Dänemark



Im Juni 2009 traf sich Bürgermeister, Amtsvorsteher, Vertreter von Kreis- und Handwerkskammern, Parteien, Werbegemeinschaften, Handels- und Gewerbevereine, die Landräte Nordfrieslands sowie die Landräte von Tønder und Bredstedt, natürlich auch die Vertreter der dänischen Kommunen, um den B5-Ausbau an der deutsch-dänischen Westküste voranzubringen. Das wird dringend nötig – jeder, der an einem normalen Wochentag die B5 entlang fährt weiß, wie nervig, gefährlich und langsam es vorwärts geht!

Der Hintergrund zur Gründung des Vereins war die Ankündigung, die bereits bewilligten Planungsgelder für den B5-Ausbau zu streichen. Doch gerade der Ausbau und die damit verbundene Zusammenarbeit von Deutschland und Dänemark stärken die Regionen und sichern die Zukunft. Die Initiative sei ein ganz wichtiges Instrument, die Interessen der Westküste zu unterstützen, so der nordfriesische Landrat Dieter Harrsen. Günther Meienberg, Leiter der Abteilung Verkehr und Straßenbau im Ministerium für Wirtschaft und Verkehr, geht von einem Baubeginn im Jahr 2011 aus. Die Fertigstellung des mehrstreifigen Ausbaus zwischen Itzehoe, Heide und Esbjerg sei vorraussichtlich 2014/15. Schauen wir mal. Das Logo für die Initiative entwarf Janzen & Partner. Ebenso wurden die Autoaufkleber, die „weggehen wie warme Semmeln“, von Janzen & Partner hergestellt.

www.infrastruktur-vestkysten.net

[zum Seitenanfang](#)

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Wie werden Sie im weltweiten Web gefunden? Richtig, zu einem hohen Prozentsatz über Suchmaschinen. Allen voran sicher Google. Was ist bei der Suchmaschinenoptimierung zu beachten, damit man an einer der ersten

Suche

Stellensteht? Welche Tricks gibt es und wie kann man sie anwenden?

Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren ist die Fokussierung auf die richtige Zielgruppe. Fragen sind: Wer ist der Nutzer? Was sucht er? Wie ist seine Einstellung zum Unternehmen/zur Marke? Wie oder was überzeugt ihn zur Aktion?

Mit den Tracking-Methoden, nach dem man das Verhalten der Nutzer im Web sehr genau beobachten kann, ist dies herauszubekommen. Welche Seiten werden wie angeschaut, wo reagiert der Nutzer? Einiges Internetbesucher schreckt schon der erste Blick ab – andere verweilen ewig auf den Seiten. So ist beim E-Commerce zu beachten: Die Produktsuche muss sein und frei verlaufen, verschiedene Zahlungsmethoden müssen geboten werden und die Navigation muss einfach sein. Internetseiten müssen klar aufgebaut sein. Auch die Qualität und die Positionierung der Bilder ist entscheidend – so können lange Ladezeiten schon mal einen Abbruch der Seite bewirken. Weiterhin will der Kunde ernst genommen werden. Ein Erfolgsfaktor des Outdoorspezialisten Globetrotter ist z.B. dass er über verschiedene Daunenarten der Jacken informiert und so Preisunterchiede transparent macht.

Das Ziel, immer an erster Stelle in den Suchmaschinen zu stehen, will jeder erreichen, weltweit! Es gibt eine Menge seriöser Anbieter, die vieles versprechen. Da die Suchmaschinen aber viele Entwickler beschäftigen, die unseriöse Machenschaften aufdecken, kann es passieren, dass die Seite ganz aus den Suchmaschinen fliegt. Aber Suchmaschinenoptimierung funktioniert auch auf legalen Wegen. Einige Konstanten sind: Die Besucherzahl, das Alter der Domain, die Anzahl der Seiten, die Aktualität, die Verlinkung – plus viele weitere Kriterien, die permanent geändert werden. Dann gibt es noch „Trustwerte“ – wenn z.B. eine Buchrezension über die FAZ erfolgt, so hat die mehr Gewicht als beispielsweise die Eiderstedter Wochenschau. Auch die Platzierung in Social-Media-Angeboten wie YouTube, Facebook, XING ist inzwischen ein Kriterium.

Wollen Sie mehr wissen? In unserer Schwesteragentur New Communication haben wir ausgewiesene Suchmaschinenoptimierungs-Spezialisten!

Timo Heinrich
0431-90607-17
heinrich@new-communication.de

Sascha Olbrich
0431-90607-49
olbrich@new-communication.de

Gerne beraten wir Sie, was machbar ist.

 [zum Seitenanfang](#)

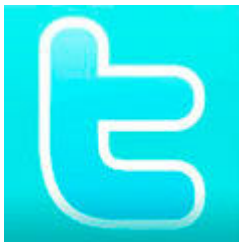
Newsletter – effektives Marketing richtig eingesetzt



Newsletters sind tatsächlich effektiv, dies beweisen immer wieder die Auswertungen. Noch vor zwei Jahren wardies nichts so – das liegt daran, dass sich das Internetverhalten geändert hat. Newsletter wurden früher wahllos abonniert und dann als „Junk“ deklariert. Inzwischen werden nur die „sinnvollen“ Newsletter behalten, die anderen abbestellt. Und es wird durchschnittlich oft darauf reagiert. Einigegoldene Regeln (lt. Ulf Richter, www.optivo.de)

- Das Anmeldeformular sollte schon auf der ersten Seite zu finden sein, an prominenter Stelle
- Adressen nach Möglichkeit mit Double-Opt-In generieren
- Unterschiedliche Formate anbieten (Text, HTML)
- Versandtermin in der Wochenmitte wählen
- Kurze Betreffzeilen
- Keinespamverdächtigen Begriffe im Text (siehe alle...)
- Kurze und griffige Texte, mit Zwischenüberschriftenaufgelockert
- Das Wichtigste am Anfang platzieren
- Link zum Abbestellen anbieten

 [zum Seitenanfang](#)



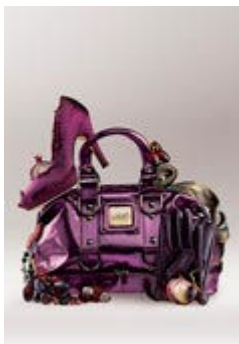
ImmermehrUnternehmennutzenTwitterauchalsWerbemedium.Wiesiedasmachen:DieTwitter-NutzerinihredirektenUmgebungensprechenundz.B.Pizzaserviceanbieten.DergroßeTwitter-Vorteil:Esistefach.InnerhalbvonSekundenkannmanNutzerwerdenundsmachtkeinen großenAufwand,dabeizubleiben.Nachrichtendürfenmax.140Zeichen haben.Aberesgenügt(leider)nicht,nurabundzumaldabeizusein.Tweets(Gezwitscher)solltenregelmäßigstattfinden.

Praxistipps:

- TwitterfürkurzfristigeAktionennutzen–denneineNachrichtaufTwitter verschwindetschnellwieder.DeshalbeignetsichTwittergutfürLastMinute Aktionen!
- StartenSiedasGespräch–nichtnurWerbungeins tellen,sondernauch persönlicheNachrichtenwie:„Fahregeradeaufder B5–vorsichtBaustelle vorNiebüll,füralle,diedienAutozugnochschaffe n wollen!“
- FürmobileGeschäfte:Soinformierteeinfahrbare rTaco-Imbissimmervon derStelle,woersichgeradebefand.
- FindenSieheraus,obTwitterbeihrenKundenwi rkt:FragenSieIhre Kunden,wiediese vonSonderangebotenoderAktionen vonIhnenhören wollen.PerNewsletter,Twitteroder ...?

[zumSeitenanfang](#)

Modetrends:WarumeigentlichLila?



ImletztenHerbst/WinterwarLilaschonderletzte hatdochtatsächlichgehalten.SehrselteninderM diesemHerbstderdunklereTon,eherinRichtungBl früherhießesdochimmer„Lila–derletzteVersuc

Schrei–unddieserTrend odewelt.Zwaristin au,angesagt,aber h!“.

WasbedeutetLila?LilagalfrüherfüralteJungfe versuchenwollten–meistvergeblich.Sogeltenbis dielilaVeilchenals„altmodische“bzw.spießigeB densiebzigerJahren,fürökoundalsBusinessdress hatsichgeändert.InallenMagazinen,Katalogen,G oderHerren–man(n)trägtLila.Unddassiehtgut

rn,dieesnochmal heuteauchnochz.B. lumen.Lilastanddann,ab gingesgarnicht.Das eschäften,obfürDamen aus!

FrüherwurdeesehernurinderkatholischenKirche genutztundwarauchdieFarbederBuß-undFastenz FarbenderaltenTodsündeWollustgenannt.Bisirge Milkakuhaufauchte...hatjaauchwasmitWollustzu ModeweltDieFarbeentdeckt–wirsindgespannt,wi

fürdieBischofsroben eit.Violettwirdzuden ndwannmaldieLila- tun.Undjetzthatdie elangederTrendhält!

[zumSeitenanfang](#)

NoRiskNoFun–diesmalimHochseilgartenEckernförde!



Teamtraining,Höhenangstüberwinden,gemeinsamschw ierigeAufgaben lösenundvorallemerkreativankniffligeFragestell ungenherangehen–das tunwirjedemTagimBüroundaneinemFreitagauch malimHochseilgarten AltenhofbeiEckernförde.MitdemTrainerHenrikAndresen–übrigensein KundevonJ&P–hatunserTeamdanneinenanstrengendenaber glücklichenTagverbracht.Leidergabeszwischenendun richStarkregenund sogarHagel.

www.coachingandresen.de

www.hochseilgarten-eckernfoerde.de

[zumSeitenanfang](#)

Wahlwerbungmalanders!

FürunsereKundenC.G.CHRISTIANSENBaustoff-Fachhandelmachenwir



gerade Wahlwerbung. Am Wochenende vor der Wahl, als am 18. und 19. September dürfen Kunden wählen und erhalten sogar etwas – nämlich richtig gute Rabatte. Drei Produktgruppen stehen zur Auswahl: Kamine, Saunen und Bodenbeläge. Bei richtiger Wahl, kann bis zu 20% gespart werden. Das ist doch mal eine Wahl, die nurgutausgehen kann! Weiterhin wurde der „Wahlaktionstag“ im Kundenmagazin „Durchblick“ angekündigt. Das Magazin wird als Zeitungsbeilage in „Durchblick“ in Schleswig-Holstein verteilt. Die Beilage wird bereits seit 4 Jahren erstellt und ist inzwischen zu einem nützlichen Ratgeber für die Bau- und Modernisierungsinteressierten geworden.

www.cgchristiansen.de

[zum Seitenanfang](#)

Neue Webseite für die Stadtwerke Husum



Die Stadtwerke Husum sind mit einer neuen Webseite online. Neues Design, neue Technik und neue Ideen – unter www.stadtwerke-husum.de können Sie das alles sehen. Service steht natürlich auch hier im Vordergrund: Anmelden und Ummelden ist genauso möglich, wie den Zählerstand direkt online durchgeben. Ein Video zeigt, woher das gute Husumer Wasser kommt. Schauen Sie doch mal rein!

[zum Seitenanfang](#)

Neues Outfit für die Bank der Region



„Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.“ – unter diesem Slogan startete der Bundesverband der Volksbanken und Raiffeisenbanken ihre neue Anzeigen- und TV-Kampagne. Unsere Volksbank-Raiffeisenbank Husum-Eiderstedt-Viöl hat das Erscheinungsbild angepasst, umgesetzt hat es J&P. Aufgabewar, die nationale Kampagne in eine regionale typische umzuwandeln. Anzeigen, Broschüren und natürlich auch die Mitgliederzeitung „Kompass“ wurden gestaltet. Das „Key Visual“, der Kompass mit der NF-Landkarte, wurde beibehalten. Denn in Umfragen wurde diese Gestaltung, die wir vor gut 5 Jahren erarbeiteten, als „sehr gut bemerkbar“ von den Mitgliedern und Kunden bewertet.

Interesse an einer Ausgabe – dann mailen Sie, wir senden Ihnen die neueste Ausgabe gerne zu.

[zum Seitenanfang](#)

- [Newsletter abbestellen](#)
- [Newsletter bezug ändern](#)
- [Online-Ansicht](#)

IMPRESSUM

Herausgeber:
Janzen & Partner Werbeagentur GmbH & Co. KG

HRA 1595 HU
St.-Nr. 1728168053

Vertretend durch die Komplementärin
New Communication Management GmbH Kiel
(HRB 5575 KI)

Geschäftsführer:
Silvia Janzen, Sören Mohr

Erscheinungsweise: quartalsweise

Janzen & Partner Werbeagentur GmbH & Co.
KG
Norderschlag 61
25813 Husum/Nordsee

Fon: 04841-7704-0
Fax: 04841-7704-10

www.janzen.de
info@janzen.de

Verantwortlich gem. § 10 Abs. 3 MDS tV:

Der Inhalt, die Darstellung und Gestaltung dieses Newsletter sind urheberrechtlich geschützt. Jede Form der öffentlichen Wiedergabe, Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Genehmigung der Janzen & Partner Werbeagentur GmbH & Co. KG keine Gewähr.

Die Inhalte dieses Newsletter sind urheberrechtlich geschützt. Jede Form der öffentlichen Wiedergabe, Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Genehmigung der Janzen & Partner Werbeagentur GmbH & Co. KG keine Gewähr.

