

[...]

Für regionales Marketing ergeben sich durch die digitalen Medien ganz neue Möglichkeiten. Agenturen wie adisfaction in Meerbusch haben sich darauf spezialisiert. „Zu einem wichtigen, teils entscheidenden Instrument in der regionalen Werbung ist mittlerweile das Suchmaschinenmarketing avanciert“, sagt Vorstand Stefan Swertz und erläutert das am Beispiel eines Immobilienmaklers. „Wer sich für ein Büro in Düsseldorf interessiert, gibt die Suchbegriffe ‚Büro‘ und ‚Düsseldorf‘ ein. Diese Begriffe hat der Immobilienmakler gebucht, also sieht der Nutzer das Angebot. Wer sich für ein Büro in Köln interessiert, sieht nichts, sofern der Suchbegriff ‚Köln‘ ausgeschlossen wurde. Durch diese feinen Steuerungsmöglichkeiten wird Suchmaschinenmarketing zum idealen Instrument für regionale Anbieter.“

Moderne Internet-Technik macht Nutzer auch über ihre IP-Adresse erkennbar. Eine Steilvorlage für Werbungstreibende, denn „mittels IP-Targeting kann ein User auch regionale Angebote auf Websites mit überregionalem Inhalt angezeigt bekommen“, sagt Swertz. Als dem „Kanal der Zukunft“ im regionalen Marketing hat der Agenturchef das Handy ausgemacht. „Das Angebot an Location Based Service wächst zusehends. Ein schönes Beispiel ist die Taxiruf-Applikation www.taxiapp.com, die iPhone-Nutzer in den USA bereits nutzen können.“