

# „Fast Forward Marketing“

Marketing Forum am 15. Oktober: neue Wege in einer neuen Welt

Das Marketing Forum 2010 präsentiert am 15. Oktober im Linzer Design Center innovative Kommunikationsstandards in einer digitalen Zeit. Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Medien skizzieren die Auswirkungen von sozialen Netzwerken, Instant Messaging Diensten, multifunktionalen Handys uvm. auf das Informations- und Konsumverhalten der Menschen. Sie zeigen Lösungen zu neuen Positionierungen und ansprechendem Medienmix.

• Trendforscher Nick Sohnemann von TrenONE zeigt die Entwicklung vom Internet zum Outernet, das virtu-

elle und reale Welt miteinander vermischt.

• Simonetta Carbonaro, Konsumpsychologin und Expertin für Innovationsmanagement, erläutert die Bedeutung von Sinn und Identität.

• Business-Experte Hermann Scherrer verrät die Spielregeln für Differenzierung und Positionierung.

• Medienprofi Anita Eggler, Gründerin des ersten On-

line-Verlages für Special Interest Medien, präsentiert den gewinnbringenden Umgang mit dem Faktor Zeit als neue Währung für Werbeerfolg.

• Daniel Mattes, Entwickler von Jajah Voip Internet-Telefonie, und Andreas Schmidlechner von McDonalds' Österreich stellen mit innovativen traditionellen Produkten erfolgreiche Strategien aus der Praxis vor.

## INFORMATIONEN UND ANMELDUNG

Marketing Forum Linz

Freitag, 15. Oktober, 8.30 Uhr bis 16.30 Uhr

Design Center Linz

Infos und Anmeldung: [www.marketingclub-linz.at](http://www.marketingclub-linz.at)

## Donaupark lockt täglich über 8000 Kunden an

Anfang September feierte der Donaupark Mauthausen sein 20-jähriges Jubiläum. Der Betreiber Leonhard Helbich-Poschacher hatte bereits in den 1980er Jahren die Idee, in Mauthausen ein regionales Fachmarktzentrum zu errichten. Zehn Jahre später, im Jahre 1990, wurde der Donaupark dann mit 15 eingemieteten Geschäften eröffnet. Heute sind es 53 Betriebe mit 344 Beschäftigten, die in diesem Einkaufszentrum ihre Produkte und Dienstleistungen, den über 8000 Kunden, die täglich im Donaupark einkaufen, anbieten.

### Die Hälfte sind Betriebe aus der Region

Dabei sind rund die Hälfte der Geschäfte regionale Handelsbetriebe. „Wir wollen hier keine Gigantomie und keine Paläste. Wir

sind für den täglichen Bedarf da“, betont Helbich-Poschacher den regionalen Charakter des Donauparks, der jährlich 2,6 Mio. zahlende Kunden anlockt. „Was uns aber Besonders macht, ist der einmalige Branchenmix, den wir anbieten können“, nennt Helbich-Poschacher einen der Gründe für den Erfolg seines Einkaufszentrums. Im vergangenen Jahr setzte der Donaupark auf einer Verkaufsfläche von 18.000 m<sup>2</sup> 56,2 Mio Euro um.

Das Einzugsgebiet umfasst rund 120.000 Haushalte in den Regionen Perg, Grein, Enns und Freistadt sowie St. Valentin, Haag, Strengberg und Amstetten aus dem benachbarten Niederösterreich. In den kommenden drei Jahren soll das Einkaufszentrum um rund 3500 m<sup>2</sup> Einkaufsfläche erweitert werden. Das Investitionsvolumen wird dabei in etwa 3 bis 4 Mio. Euro betragen.



Schnell und günstig zur Website. © Wodicka

## Website mieten statt kaufen

„Für einen starken Unternehmensauftritt“ ist der Slogan der jungen Multimedia-Agentur KMU-Booster mit Sitz in Wien und Linz. „Wir ermöglichen kleinen Unternehmen einen leistbaren Auftritt im Internet“, erklärt Geschäftsführer Emanuel Raviola. Anstatt eine Website zu verkaufen, vermietet KMU-Booster individuell gestaltete Websites an ihre Kunden.

Bei einer Mindestlaufzeit von achtzehn Monaten erhält man einen eigens gestalteten Online-Auftritt inklusive benutzerfreundlicher Bedienung und Servicierung. „Kleine und mittlere Unternehmen bekommen so in der Startphase, in der sie üblicherweise wenig Kapital zur Verfügung haben, eine professionelle und technisch ausgefeilte Seite, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist“, erklärt Raviola. Unternehmen, denen die sechs Inhaltsseiten, die 250 MB Webspace und die fünf E-Mail-Adressen der Basisversion online.light zu wenig sind, wählen einfach die „größere“ Version online.pro. „Sowohl mit online.light als auch mit online.pro ist man als kleines Unternehmen auf der sicheren Seite: Man erhält einen einzigartigen, stimmigen und professionellen Auftritt“, betont Raviola. Browser- und Suchmaschinenoptimierung sind ebenso im Preis inbegriffen, wie Webhosting und die Jahresgebühr für die Domain. Die Befüllung mit Inhalten erfolgt mittels des Content-Management-Systems TYPO3, das sich vor allem durch seine Benutzerfreundlichkeit auszeichnet.

Auch Offline bieten Raviola und sein Team ein Startpaket an. Das „print.package“ beinhaltet ein eigenes kreierte Schriftzug-Logo, Visitenkarten, Briefpapier, einen Firmenstempel sowie Vorlagen für Word und Powerpoint. „Als Kunde erhält man außerdem sämtliche Daten auch in digitaler Form – so kann man jederzeit seinen Bestand an Drucksorten wieder auffüllen“, betont Raviola. Infos: [www.kmu-booster.at](http://www.kmu-booster.at)



Auf 18.000m<sup>2</sup> bieten 53 Betriebe einen vielfältigen Branchenmix für ihre Kunden an.