

Alternativ zu teurer Werbung: Innovations-Marketing bundesweit via Presse und TV

Branchenübergreifend steht der Mittelstand vor den stets gleichen Problemen, wenn es um die bundesweite Vermarktung neuer Produkt-, Verfahrensentwicklungen oder Dienstleistungen geht. In der Regel erobern nur jene Anbieter den Markt, die überregional das Neukundengeschäft ankurbeln – entsprechende Mittel für Akquisitionsrunden, Messen, Anzeigen und Mailings vorausgesetzt.

Es geht aber auch anders - wesentlich innovativer und kostengünstiger. Beispiele:

Magdeburg, seit 2003: Das Unternehmensnetzwerk RESAS (Regenerative Energiesysteme Sachsen-Anhalt, Sachsen) sichert sich bundesweite Aufmerksamkeit über die redaktionelle Berichterstattung von Presse und TV.

Spremberg, März 2005: Dem Hersteller eines innovativen Materials für den Landschaftsbau gelingt es, mit nur einem Beitrag in einem TV-Verbrauchermagazin 1,4 Mio. Zuschauer zu erreichen.

Wolfen, Herbst 2004: Die Berichterstattung über ein neuartiges Gartenprodukt in einem Dutzend Verbraucherzeitschriften sorgt für massives Interesse - und für Nachfrage.

Düsseldorf, ab 2004: Ein Studentenunternehmer wird zum Global Player. Die Presseberichterstattung sorgt für neue strategische Kontakte und bringt Franchise-Verträge mit ausländischen Partnern.

Berlin, Ende 2004: Eine Pressekonferenz des Projektträgers eines FuE-Förderprogramms des Bundes wird von einem guten Dutzend Beiträgen auf Wirtschaftsseiten regionaler und bundesweiter Publikationen sowie über zahlreiche Internet-Portale transportiert. Gewachsene Bekanntheit und zahlreiche Firmenanfragen sind die Folge.

Ravensburg, 2004: Die Nachfrage für das einzige Produkt einer Erfinderfirma explodiert nach Ausstrahlung im Fernsehen und Veröffentlichung in Freizeitmagazinen.

Für derartige aktive Marketingunterstützung nach Briefing und Konzept ist das Berliner Pressebüro InnoMedia® kernkompetent. Vom Kommunikationsmarketing mit jeweils deutlichen Nachfrageeffekten profitierten seit 1996 branchenübergreifend etwa 230 Firmen – vom Ein-Mann-Unternehmen und Ingenieurbüro bis zum technologieorientierten Mittelständler und zum international agierenden Stahlkonzern.

Diese unter www.innomedia-berlin.de näher erklärte, besondere Marketingergänzung mit journalistischen Mitteln ist gerade auch von und für kleinere Unternehmen leistbar. FEE-Mitgliedsunternehmen und registrierten -Partnern wird auf die Kosten für 2005 veranlasste Aktivitäten ein Pauschalrabatt von zehn Prozent eingeräumt.

InnoMedia Berlin – Medienpartner für Innovative
Ansprechpartner: Hans-Werner Oertel, Technologiejournalist
Elsenstraße 106

12435 Berlin
T: 030/247 22 427
info@innomedia-berlin.de