

New Media war gestern

18.03.2007, 12:10 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *cream media design*

Presseagentur: *mammutdesign*



Ulrich Kohlhoff

Die Zukunft im New Media Bereich hat begonnen. Neue Wege in den neuen Medien zu gehen heißt auch umdenken bei altbewährten Strategien, zum Beispiel bei der Suchmaschinenoptimierung für Homepages und Webauftritte.

Kommunikationsdesign war noch vor wenigen Jahren ein Begriff von Internetfachleuten und Menschen die intensiv Online leben. Heute ist die Optimierung der Webseiten, das "gefunden werden" in Suchmaschinen und das präsentieren der eigenen Kernkompetenzen unerlässlich, wenn man in Zukunft im Online Marketing erfolgreich sein will, oder sogar Umsatzerfolge im Internet erzielen will. *cream media design* Hannover findet neue Möglichkeiten und erkennt ungenutzte Ressourcen im Unternehmen von morgen.

Vor weniger als 5 Jahren wurde der Agenturchef Ulrich Kohlhoff ausgelacht für seine innovativen aber unkonventionellen Ideen im Bereich Online Marketing, Suchmaschinenoptimierung und Neukundengewinnung. Man sprach lediglich über "Keywords", "Seo Tools" und Programmieroptimierung der eigenen Homepage. Backlinks waren schon ein Begriff, aber viele belächelten den Kommunikationsdesigner aus Hannover für seine abstrakten Ideen und Projekte. Was hat eine bezahlte Surfbär mit dem Online Auftritt eines Restaurants zu tun, warum soll eine Homepage eines regionalen Bäckers Paid4 Dienste anbieten. Wieso verkauft ein regionaler Malermeister aus Hannover plötzlich Domains. Warum investieren unsere Auszubildenden Dutzende von Arbeitsstunden in das Projekt Klamm.de. Unangefochtener Meister der klassischen Suchmaschinenoptimierung in Deutschland ist Alan Webb, der sich vor einigen Jahren mit seiner Agentur ABAKUS selbständig machte. U. Kohlhoff arbeitete einige Zeit vorher mit ihm zusammen. Seine größte Erkenntnis aus dieser Zeit ist; das die Optimierung der eigenen Internetpräsenzen zukünftig über den Erfolg bzw. Misserfolg von morgen entscheiden wird. Wie gesagt zu dieser Zeit lächelten die meisten Entscheider noch über diese neue und meist "unsichtbare" Tätigkeit, da Erfolge resp. Ergebnisse natürlich erst mittelfristig spürbar und sichtbar werden. Wie soll also eine durchschnittliche Company, die sich einen solchen Spezialisten nicht leisten kann, morgen noch im Internet bestehen und wachsende Umsätze erzielen. Dies war die Frage, die Designer Kohlhoff seinen Klienten und Auftraggebern als Agenturchef zu beantworten hatte.

Ein erster Schritt war es, die Medien zu verifizieren, das heißt online und offline Medien aufeinander abzustimmen. Noch heute arbeitet in vielen Fällen bei mittelständischen Firmen die Werbeagentur bzw. Marketingabteilung an dem Webdesigner und dem Administrator vorbei. Beide machen einen guten Job, verschenken aber versteckte Synergien in der Werbewirksamkeit. Wir sprechen hier nicht vom klassischen CI oder CD, welches wohl heute von fast jeder Unternehmung mehr oder weniger gelebt wird. Vielmehr benutzen wir hier die ursprünglichen Möglichkeiten aller Abteilungen bzw. Mitarbeiter eines Unternehmens. Am Beispiel Auszubildende sei dies verdeutlicht; Es werden in Unternehmen Tausende von Euros investiert um neue und qualifizierte Auszubildende einzustellen. Personalabteilungen und Marketingfachleute zerbrechen sich den Kopf über Strategien, wie man diese Zielgruppe erreicht, anstatt hier mit der Zielgruppe direkt zusammen zu arbeiten. Deshalb starteten wir vor 5 Jahren für einen internationalen Klienten unkonventionelle eine Aktion: Vom Azubi, zum Azubi! Hier hatten die Mitarbeiter die Gelegenheit nach eigenen Wünschen und Empfindungen eine Internetpräsenz zu gestalten. Mit Themen dieser; mit der Sprache dieser Zielgruppe. Hier war ein Thema das Projekt Klamm.de. Hier ist der Name Programm; Jugendliche sind zumeist "klamm" und so war die Wahrscheinlichkeit groß, genau hier neue Auszubildende zu finden. Durch die Ansprache von Gleichaltrigen war hier die Resonanz wesentlich höher als bei vergleichbaren Aktionen und um mehr als 70% günstiger für unseren Mandanten.

cream media design empfiehlt Unternehmen; lasst eure Azubis während der Arbeit surfen. Während seiner Tätigkeiten als leitender Angestellter (Volksfürsorge AG, Nürnberger AG, Audiofon AG etc.) hat U.Kohlhoff immer wieder erlebt, wie Vorgesetzte ihren Mitarbeitern das Surfen während der Arbeitszeit verboten haben. cream media vertritt hier nachweislich erfolgreich die gegenteilige Meinung. Surfen am Arbeitsplatz ist erlaubt; aber berichtet darüber. Als Gegenleistung findet wöchentlich ein Meeting aller Mitarbeiter außerhalb der Arbeitszeit statt in dem die Informationen, Trends und Neuheiten berichtet werden. Somit ist die Agentur immer auf dem laufenden und erreicht eine optimale Mitarbeitermotivation. Somit sind wir aktuell informiert, über Bedürfnisse und Interessen der Endkunden und sparen so wertvolle Zeit für Recherche und Marktbeobachtung.

Diese erprobten Strategien setzt cream media design & Partner für Unternehmen jeder Branche um. Eine kostenlose Analyse und Strategieempfehlung bürgt für Qualität und Zuverlässigkeit seit mehr als 10 Jahren. Die Vorteile liegen klar auf der Hand; Kostenersparnis, Zeitersparnis und Synergieausnutzung ohne zusätzliche Investitionen. Ein Wettbewerbsvorteil, auf den kein Unternehmen mehr verzichten kann, in dem immer schneller und härter werdenden Markt der Zukunft.

New Media ist tot, es lebe New Media.

Nutzen Sie unsere kostenlose Mediaanalyse und Potentialeinschätzung Ihres Webauftritts.

cream media design
Ulrich Kohlhoff
creative director
Kanalstraße 9
30159 Hannover

presse@creammedia.de
www.creammedia.de

Portrait

Spezialisierte freie Mitarbeiter und hochmotivierte Angestellte bilden das Rück- rad unseres Unternehmens. Bei aller Technik die wir einsetzen, steht bei uns die persönliche Kommunikation von Mensch zu Mensch an erster Stelle. Konzept, Domain, Hosting, Webspaces, Serverhousing, Web Design, Kommunikationsdesign, New Media, Media Agentur, Affiliates, Full Service, Werbeagentur, cms.

Unsere Kunden verstehen wir als Partner. Unser Ziel ist es, Ihnen auf der Basis von qualitativ hochwertigen Kundenkontakten ein profitables Marketing zu ermöglichen. Langjährige Erfahrung und einzigartige Kompetenz befähigen uns, für unsere Partner individuelle Lösungen für die Anforderungen zu realisieren.

News-ID: 125633 • Views: 2427 (Stand: 10.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/125633/New-Media-war-gestern.html>