

# DACHMARKE RHÖN

Die Marken der Rhön in den  
Landkreisen Bad Kissingen, Fulda, Rhön-Grabfeld, Schmalkalden-Meiningen, Wartburgkreis

**AKTUELLE PRESSEMITTEILUNG**  
**14.04.2011**



## Auf die Professionalität kommt es an

Seminar widmete sich dem erfolgreichen Online-Marketing für Unternehmen

**RHÖN. Die Werbung im Internet, zum Beispiel in regionalen Nachrichtenportalen oder in Suchmaschinen wie google, kann für Unternehmen sehr viel bringen – und das oft unter Einsatz eines kleinen überschaubaren Budgets. Wichtig ist auch eine eigene Homepage mit übersichtlichem Inhalt für die Nutzer. Das waren die Kernbotschaften des Seminars zum erfolgreichen Online-Marketing, das jetzt Dachmarke Rhön und Rhönforum e.V. gemeinsam anboten.**

25 Teilnehmer aus der bayerischen, hessischen und Thüringer Rhön waren dazu ins Berghotel „Eisenacher Haus“ gekommen. Die Branchen waren diesmal sehr vielfältig: Das Praxisseminar stieß bei Vertretern der Gastronomie, der Produzenten, der Brennereien, bei Handwerkern, Bildhauern und Brauereien auf großes Interesse. Hinzu kamen eine Kräuterfrau, ein Heilpraktiker, eine Tourist-Information der bayerischen Rhön sowie Vertreter einer regionalen Ölmühle. Veranstaltet wurde das Seminar im Rahmen der Bildungsoffensive „Regionalität und Professionalität“, die vom Regionalbudget Thüringer Rhön finanziert wird. Das Seminar zum erfolgreichen Online-Marketing wurde nicht nur von Unternehmen genutzt, die bereits Mitglied der Dachmarke Rhön sind. Vielmehr stand es allen interessierten Betrieben der Region offen. Zu Beginn stellte die Geschäftsführerin des Rhönforum e.V., Mandy Heidinger-Peter, die Möglichkeiten für Gastronomen vor, auf der Internetseite des Rhön-Tourismus unter [www.rhoen.info](http://www.rhoen.info) zu werben.

„Viele Unternehmen unserer Region beschäftigen sich gegenwärtig mit dem Aufbau einer eigenen Internetseite. Andere besitzen sie schon, aber Inhalt und Übersichtlichkeit sollten optimiert werden“, beschrieb Martina Klüber-Wibelitz vom Büro Antsanvia in Schleid die Situation. Daher widmete sich das Praxisseminar auch der Frage, wie man am besten eine eigene Homepage aufbaut, damit sie den Ansprüchen der jeweiligen Nutzergruppe gerecht wird. Der Nutzer müsse auf den ersten Blick alle wichtigen Inhalte erfassen können, damit er auf der Seite verweilt und sich tiefgründiger mit ihr beschäftigt. Weniger sei dabei oft mehr, sagten Klüber Wibelitz und Referent Ludwig Habersetzer, Dozent an der Universität Würzburg im Bereich BWL und Wirtschaftsinformatik. Im Kompetenzzentrum Unterfranken, einem Zusammenschluss von Handwerkskammer, IHK und Universität, unterstützt er kleine und mittlere Unternehmen sowie Handwerker in allen Bereichen des e-Business wie in Fragen zu Websites, Online-Marketing, den Chancen, im Internet zu kommunizieren und Fragen zu den neuen Medien.

„90 Prozent der Internetnutzer in Deutschland favorisieren google als Suchmaschine im Internet. Daher lohnt sich dort eine Werbung auf jeden Fall“, schätzten Klüber-Wibelitz und



Habersetzer ein. Immer mehr an Bedeutung gewinne das so genannte Web 2.0 mit Seiten wie Twitter oder facebook. Gerade in Bezug auf dieses auch als „social media“ bezeichnete Medium kamen von den Teilnehmern des Seminars sehr viele Fragen. „Eine Befragung am Schluss des Seminars unter den Teilnehmern hat ergeben, dass dieses Thema sehr vielseitig und nicht an einem Tag zu verstehen ist. Hier wurde klar der Wunsch laut, sich Facebook & Co. in einem extra Seminar zu widmen“, sagte Martina Klüber-Wibelitz.

Generell könne man einschätzen, dass bei den Unternehmen der Region – gleich welcher Branche – ein Umdenken eingesetzt habe, sich vermehrt im Internet zu präsentieren. „Allerdings geschieht das oft nicht professionell genug. Viele haben zu viel Text auf ihren Seiten sowie Farben und ein Layout, die einfach nicht ansprechend sind. Unser Seminar hat dazu beigetragen, dass die meisten erkannt haben, dass sie diese Herausforderung im Internet nicht alleine bewältigen können, sondern fachkundige Unterstützung in Anspruch nehmen sollten“, zog Klüber-Wibelitz Bilanz.

Das Online-Marketing werde von vielen Unternehmen als Investition in den eigenen Betrieb gesehen, die dringend notwendig ist. „Denn genauso wie die Gastronomie in die Standard-Einrichtung wie stabile Tische und saubere Tischdecken oder einen neuen Anstrich im Gastraum investieren muss, ist es auch mit dem Auftritt im Internet“, betonte Klüber-Wibelitz. Innerhalb der Bildungsoffensive „Regionalität und Professionalität“ von Dachmarke Rhön und Rhönforum e.V. wird es in Zukunft weitere Praxisseminare geben. Geplant sind unter anderem im Herbst ein Seminar zum Thema Frankenwein mit einer Winzertour sowie im Bereich Küche ein Praxisseminar für Köche, das sich der Zubereitung von einheimischem Fisch widmet.