

Regionale Medien als wichtige Botschafter

ANDORF. Neue Medien sind auch in der Öffentlichkeitsarbeit nicht wegzudenken. Internet-Netzwerke wie „Facebook“ werden immer wichtiger. Doch auch der klassische Werbebrief habe eine Zukunft, glaubt Werbe- und Presstexter Peter Wagner aus Andorf.

VON ROMAN KLOIBHOFER

Das Leben wird schneller – zumindest der Informationsfluss geht schneller vor sich. Dem Internet kommt dabei eine entscheidende Rolle zu, wie auch der in Andorf lebende Werbe- und Presstexter Peter Wagner weiß. „Um Botschaften an ihre Zielgruppen zu bringen, nutzen etwa 90 Prozent der Unternehmen das Internet, rund 84 Prozent Fachzeitschriften und circa 60 Prozent Tageszeitung“, sagt Wagner unter Berufung auf eine kürzlich erstellte deutsche Studie.

Vom Zeichner zum Schreiber

Peter Wagner betreibt sein Büro „Wagners Texte“ als Ein-Mann-Betrieb. Vor rund acht Jahren hat sich der gelernte bautechnische Zeichner selbstständig gemacht und hauptberuflich der Werbetexterei gewidmet.

Mit Werbung ist Peter Wagner aber schon in der Kindheit konfrontiert wor-

Blick in die Zukunft

den: „Meine Eltern haben ein ADEG-Geschäft betrieben mit angeschlossener Palmers-Abteilung. Ich bin schon früh mit Schaufenstergestaltung und Postwurfsendungen konfrontiert worden“, erzählt er. In Fernstudien hat er sich in Sachen Werbung und Marketing weitergebildet.

An seinen ersten Auftrag kann sich der Innviertler noch gut erinnern: „Ich hab eine Aussendung der Firma Bosch für Rasenmäher kritisiert und gesagt, das kann ich besser. Den Auftrag hab ich bekommen...“

Seitdem schreibt Peter Wagner Texte für die unterschiedlichsten Bereiche – etwa über „hirngerechtes Denken“, landwirtschaftliche Produkte und Maschinen sowie Texte für Events (u.a. Konzerte für Hansi Hinterseer oder Manfred Manns Earth Band). Auch Song-Texte für einen norddeutschen Musiker stammen aus seiner Feder. Und für eine Hör-CD hat Peter Wagner auch erotische Geschichten verfasst.

Die Zukunft der Werbung und des Marketing sieht Peter Wagner eng ver-

bunden mit dem Internet. „Man muss in der PR-Arbeit das Internet in die social media integrieren, darf sich aber dabei nicht verzetteln.“ Entscheidend sei es, auf Augenhöhe zu kommunizieren. Dennoch glaubt er, dass simple Werbemittel wie der klassische Werbebrief auch weiterhin Bestand haben: „Den Werbebrief wird es weiterhin geben, genauso wie Bücher und Zeitungen“, sagt Wagner.

Beiträge in 150 Portalen

Seinen Kunden bietet Peter Wagner verschiedene „Pakete“ an, je nach Anforderung. Er stellt gezielte PR-Arbeit mit Online- und Offline-Kommunikation zur Verfügung. Großen Wert legt er darauf, dass die Texte und Informationen, die er für seine Kunden zusammenstellt, optimal von Internet-Suchmaschinen erfasst werden. Daher platziert er die Beiträge in mehr als 150 Portalen, um sie im Internet möglichst weit zu streuen. „Die Nutzung lässt sich gut nachvollziehen“, erklärt Peter Wagner. Auf der Seite eines Kunden aus der Landwirtschaft wurde nach gezielter Web-Vernetzung eine Steigerung von 16.000 Clicks pro Monat auf 25.000 Zugriffe verzeichnet.

„Die Zukunft macht

auch vor dem Innviertel nicht halt“, sagt Peter Wagner mit einem Blick auf die kommenden Jahre. „In zehn Jahren wird sich vieles um Service und Kunden-Orientierung drehen. Wer Produkte bewerben, Marken kommunizieren und Kundenbeziehungen stärken will, wird am Online-Marketing nicht vorbeikommen. Neue Marketingstrategien werden gefragt sein. Die Herausforderung dabei: Alle Kanäle auf intelligente Weise miteinander zu vernetzen“, sagt er.

Überzeugt ist Peter Wagner auch davon: „Regionalität ist wichtig – ebenfalls die Zusammenarbeit mit regionalen Medien.“ Das nähmen viele Unternehmen noch zu wenig ernst, sagt Wagner.

Werbe- und Presstexter Peter Wagner

Foto: RoKI

