

Was Marken in der Region erfolgreich macht

Mit wenig Budget gute Werbung machen und auch noch sinnvoll aussteuern? Wie das funktionieren kann, erfuhren die rund 80 Gäste des ersten Kongresses **Regionale Kommunikation**, den HORIZONT und die dfv Conference Group gemeinsam in Düsseldorf veranstaltet haben. Großen Anklang fanden dabei erfolgreiche Cases wie die vielfach ausgezeichnete Kampagne der Berliner Verkehrsbetriebe, aber auch unkonventionelle Ideen wie die des Sporthauses L&T aus Osnabrück, das ein Bassin mit Surf-Welle in seinen Neubau integriert hat.



Dirk Engel, unabhängiger Marktforscher und Dozent, fragte, wie Werbung in lokalen Märkten funktioniert



Das Moderatorinnen-Team von HORIZONT: Ressortleiterin Eva-Maria Schmidt (l.) und Specials-Redakteurin Bettina Sonnenschein



Mrs. Sporty-Marketingleiter Roland Küppers zieht auch mal selber mit Handzetteln los

FOTOS: THOMAS FEDORA FÜR HORIZONT



Marcus Koch, Geschäftsführer Redblue Marketing, demonstrierte seine Liebe zu Daten



Die Referenten Rainer Kunst, Kunst und Kollegen (l.), und Jens Schnükel, Brandlocal, tauschen sich in der Pause aus



Dirk Assenmacher, Bäreiter Jost von Brandis in Köln, erklärte die Mobile Customer Journey



Martell Beck, BVG-Marketing- und Vertriebschef (l.), und Carsten Szameitat, Location Based Marketing Association



Referent Bernhard Fischer, Head of Marketing bei Lengermann & Trieschmann, fragte bei den Kollegen nach