

# Vernetzung als Chance begreifen

Kurstadt macht sich fit für das „EifelCityOutlet“ – Online-Marketing für Unternehmen

Von KIRSTEN RÖDER

**BAD MÜNSTEREIFEL.** In der Kurstadt hält das „EifelCityOutlet“ im März des kommenden Jahres Einzug. Den damit verbundenen Wandel wollen Geschäftsleute und Unternehmer nicht verschlafen. 25 von ihnen nahmen an der Infoveranstaltung über „Chancen und Risiken im Online-Marketing für Unternehmen der Region“ teil. Im Kurhaus ging es darum, wie man im „Facebook-Zeitalter“ von Netzwerken im Internet profitieren kann.

Auch der örtliche Aktivkreis sowie der Kur- und Verkehrsverein waren unter den Gästen. Die Resonanz war anschließend durchweg positiv: „Der Austausch wurde ange-regt und es soll nicht das letzte Mal gewesen sein“, lautete das Fazit. Einer der Referenten des Abends war Bruno Müller, der als Geschäftsführer von AMI Capital in München Unternehmensgründer unterstützt. Er kennt die Kurstadt, weil er regelmäßig dort seine Mutter besucht. „Bei meinem Weg durch das Werther Tor in die Innenstadt habe ich in den vergangenen Jahren beobachtet, dass immer weitere renommierte Geschäfte verschwinden“, sagte Müller. Doch man spüre schon länger in Bad Münstereifel den Beginn einer Trendwende.

Die Kernkompetenz des Münstereifeler sei immer schon die Wandlungsfähigkeit gewesen, erinnert Müller an die Aufbruchsstimmung von 1975, als Münstereifel Kurstadt wurde. Wichtig sei jetzt die gemeinsame Vernetzung, dass jeder Unternehmer genau sei-



Von Experten ließen sich Geschäftsleute aus der Kurstadt über Internetnetzwerke informieren. (Foto: Röder)

ne Nischen finde und zum Erfolg nutze. Das „EifelCityOutlet“ biete für die Stadt riesige Möglichkeiten, wenn man gemeinsam daran arbeite. Gleichzeitig rät Müller aber zu Geduld bei der Entwicklung: „Wer ernten will, muss säen“, sagte er, packte eine Möhre aus, hielt sie hoch und fügte an: „Wenn man an der Möhre in der Erde zieht, wächst sie auch nicht schneller.“

Bürgermeister Alexander Büttner machte den Geschäftsleuten Mut für innovative Wege: „Ich möchte alle animieren, sich der Herausforderung zu stellen!“ Der Computer sei zu einem Massenmedium geworden. Er stelle die heutige Jugend, aber auch Erwachsene bis 50 Jahren vor ganz andere Anforderungen. „Wir dürfen da nicht hinterher-

laufen“, sagte er und forderte eine höhere Präsenz in den sozialen Netzwerken. Er warnt: „Dort, wo nur Skeptiker sind, können sich neue Ideen nicht durchsetzen.“

## „Mitmachen oder mitgemacht werden“

Die größte Plattform in den sozialen Netzwerken biete im Moment „Facebook“ im Internet. Dort seien mehr als 22 Millionen Bürger in Deutschland miteinander vernetzt. Die „Facebooker“ tauschten sich über Nachrichten oder das Neueste vom Tage aus, gäben Bewertungen und Kommentare ab, die sich schnell verbreiteten. „Jeder Unternehmer tut gut daran, sich mit dem Thema so-

ziale Netzwerke im Internet auseinanderzusetzen“, riet Edmund Komar, Berater und Coach aus Bad Münstereifel. „Die sozialen Netzwerke sind die neue Infrastruktur des 21. Jahrhunderts, wie das Telefon im letzten Jahrhundert.“

In der Kurstadt haben Unternehmer und Geschäftsleute zwar bereits eine eigene Internetseite, aber nur wenige sind bisher bei Facebook vertreten, zeigte eine Umfrage unter den Anwesenden. „Nicht mitmachen schützt aber die kategorischen Nein-Sager nicht“, sagte Alexander Kürsten von der „positiv Multimedia“-Agentur. Besucher eines Restaurants beispielsweise könnten trotzdem schlechte Kritiken bei Facebook auf ihren eigenen Seiten „posten“ und es so mit Freunden „teilen“. Wer nicht

mitmache, bekomme gar nicht mit, was alles schlechtes über das eigene Restaurant geschrieben worden ist, und wundere sich nur, warum keine Kunden mehr kommen. Da gibt es laut Kürsten nur die Alternative: „Mitmachen oder mitgemacht werden.“ Mit Facebook habe der Kunde durch größere Reichweite mehr Macht als früher, stellte Komar fest. „Da ergeben sich Denkansätze für Sie als Unternehmer in der Kurstadt, denn auch das ‚Fashion Center‘ wird Kunden von weiter her anziehen.“

Soziale Netzwerke seien auf jeden Fall eine Möglichkeit, „EifelCityOutlet“-Kunden an sich zu binden. Eine Suchmaschinenoptimierung bei Google liefere erste Ansätze. Komar: „Für Bad Münstereifel geht es jetzt erst richtig los.“

Wun  
wäch  
Bau

Wellne  
und Sa

Von MANF

EUSKII  
Bad“ wi  
landschu  
Wellness  
nige and  
te Aufw  
„Das si  
rungen  
ten“, sa  
Uwe Fi  
Fachat  
auf ein  
von 14  
hen a  
Teile  
dachu  
nach  
„mor  
Bau  
geb

den  
ren  
„  
rer  
pli  
de  
Ei  
h  
b  
v  
F  
e  
1

1