



*Leserinnen und
Leser haben das Wort*

MARKUS BINGGELI

Geschäftsführer und Inhaber
der netzpuls AG für Strategie und Marketing



von **Patrick Schmed**

«Content is King» – der Inhalt ist die Königsdisziplin – dieses Motto zieht sich als geflügeltes Wort durch die Welt des Onlinemarketings. Aktuell sind die kleinen und mittleren Unternehmen immer mehr gefordert, ihre Botschaften so zu verpacken, dass sie zwischen den Tausenden von Meldungen in den sozialen Medien und im World Wide Web königliche Beachtung erhalten. Weil dies für viele eine neue Disziplin ist, holen sich die KMUs Hilfe bei Beratern wie Markus Binggeli. Der Geschäftsführer und Inhaber der netzpuls AG ist spezialisiert auf strategisches Marketing für KMU und Onlinemarketing. Dafür ist er vor allem im Berner Oberland unterwegs.

«Die Besuche bei den Kunden bieten mir eine gute Möglichkeit, um deren Firmenkultur live kennenzulernen», erzählt Markus Binggeli. «Auf dem Weg höre ich meist Radio und erfahre, was in der Welt geschieht», hält er fest. Für ihn ist es aber ebenso wichtig, das Geschehen aus der Region im Blick zu haben. «Die Jungfrau Zeitung schafft es, regionale Nachrichten sehr aktuell und breitgefächert nach Ressorts online zu stellen», beobachtet der Thuner. Das Motto «Content is King» gilt hier umso mehr. Dass er als technisch versierter und vernetzter Zeitgenosse die Printausgabe abonniert hat, überrascht deshalb ein bisschen. «Für mich sprechen mehrere Gründe für die Papierzeitung», nimmt Markus

Binggeli den Faden auf. «Erstens kann ich einzelne Artikel ausschneiden, zweitens wird die Zeitung sowohl im Gemeinschaftsbüro von den Kolleginnen und Kollegen geschätzt wie auch von den Kunden, wenn diese warten müssen. Und drittens unterstütze ich mit dem Abo die Arbeit der Journalisten.»

Auf die Frage, ob KMUs weiterhin auf die eigene Website setzen sollen oder eher auf die sozialen Medien, gibt es für Markus Binggeli eine klare Antwort – «sowohl als auch». «Die Website ist der Kern der Onlinemarketingstrategie», begründet er. «Mit den sozialen Medien und der Suchmaschinen-Optimierung erreicht man eine grössere Reichweite und damit Bekanntheit und mögliche Neukunden.» Natürlich immer vorausgesetzt, man setzt aufs richtige Pferd – nämlich auf die Königsdisziplin, den Inhalt.

Nr. 173856, online seit: 28. Mai – 16.45 Uhr

Neues für Insider

Auf Jungfrau Zeitung Online bleiben Sie sieben Tage pro Woche 24 Stunden pro Tag im Bild über News, Hintergründe und Meinungen aus dem Berner Oberland. Jeden Dienstag und jeden Freitag erscheinen die lokalen News als exklusives Printprodukt, am Freitag jeweils inklusive der Programmzeitschrift TVtäglich. In den 104 Ausgaben pro Jahr kommen auch Leserinnen und Leser zu Wort, unter anderem dank direktem Zugriff auf die Redaktion und das Forum mit den Leserkomentaren. Jetzt kennenlernen unter www.jungfrauzeitung.ch/insider

XXXX

Jungfrau Zeitung

anzeiger

Herausgeberin: Gossweiler Media AG, Scheibenstrasse 6, 3600 Thun. Erscheinung: jeden Donnerstag in alle Haushaltungen im Berner Oberland. Auflage: 110'861 Exemplare. Werbentarif: www.jungfrauzeitung.ch/verlag. Impressum: www.jungfrauzeitung.ch/verlag/team. Postanschrift: Gossweiler Media AG, Jungfrau Zeitung Anzeiger, Scheibenstrasse 6, 3600 Thun. Inserateannahme: verlag@jungfrauzeitung.ch oder Telefon 033 826 01 01. Anliegen zur Zustellung: Telefon 033 557 77 99 oder verlag@jungfrauzeitung.ch.