

## **Kaufkraft stärken und einheitlich werben**

**Mit einem neuen Konzept will der Verein für Wirtschaftsförderung im nächsten Jahr für die Bergstadt werben. Mit diesem Konzept soll die Kaufkraft in Obernkirchen gehalten werden, zudem soll darüber hinaus versucht werden, verstärkt Menschen von außerhalb in die Stadt zu ziehen, formulierte Joachim Gotthardt als Vorsitzender die Ziele des Vereins.**

Obernkirchen. Händler und auch Kunden hätten durchaus positiv auf das letzte OK-Konzept reagiert, teilte Gotthardt auf der jüngsten Sitzung mit, aber es habe auch Kritik an dem 48 Seiten starken Heft gegeben, das in einer Auflage von 7000 Stück sowie mit zwei Gewinnspielen für Veranstaltungen und Wirtschaft geworben hatte. Künftig will der Wirtschaftsförderverein in Zusammenarbeit mit den Schaumburger Zeitungen für einen höheren Werbeeffect sorgen. SN-Verlagsleiter Arne Frank warb für ein neues Konzept, indem er zunächst die Medialeistungen der Schaumburger Tageszeitungen unterstrich, die von montags bis samstags mit einer Gesamtauflage von 27 810 Exemplaren erscheinen. Bei durchschnittlichen 2,8 Leserkontakten pro Zeitung seien dies 78 900 Leserkontakte Tag für Tag. Leserkontakte, die auf eine „hochwertige Weise“ erfolgen würden, wie Frank betonte: Die Tageszeitungen hätten eine ganz andere Leserschaft als kostenlose Werbeblätter, was die Bildung, Kaufkraft und auch Mobilität betreffe. Das OK-Heft wird nach dem neuen Konzept im nächsten Jahr auf 8000 Exemplare aufgestockt und erscheint künftig zweimal im Jahr. Abgespeckt wird bei der Seitenzahl: 16 DIN-A-4-Seiten wird das Heft stark sein. Das deutlich größere Format macht es dafür möglich, dass die Anzeigen direkt neben dem Terminkalender und den redaktionellen Inhalten platziert werden – ein Mehrwert für Anzeigenkunden und Leser. Zugestellt werde es, so Frank, über die zuverlässige Vertriebslogistik der Schaumburger Tageszeitungen. Erweitert wird das Konzept durch eine monatliche Anzeigenschaltung, mit jeweils vier alternierenden Angeboten und einem Online-Hinweis: Auf der Internet-Seite wird zudem auf andere Monatsangebote hingewiesen. Frank empfahl der Bergstadt eine deutlich aggressiver ausgerichtete Werbung: Nur weil das Überraschungsei 90 Cent statt einem Euro koste, werde niemand den Weg nach Obernkirchen antreten. Je stärker die Menschen lernen würden, dass sie einen besonderen Nutzen von den Angeboten oder einem Obernkirchen-Besuch hätten, desto mehr werde Kaufkraft gehalten oder neu verstärkt. Verlagsleiter Frank sprach von einem „ganzjährigen Konzept“, bei dem alle Händler voneinander profitieren würden. Nach einer offenen Diskussion wurde das Konzept von den Mitgliedern des Wirtschaftsfördervereins einstimmig verabschiedet. Allgemein wurde die Überarbeitung des Konzeptes mit den Zeitungen als Chance betrachtet, gemeinsam einheitlich nach außen aufzutreten. Wirtschaftsfördervereinsvorsitzender Gotthardt war spürbar zufrieden: „Das ist ja das, was wir erreichen wollen.“ rnk