

Ein neues, bisher einmaliges Branchen-Informationssystem in China

Welt der Kälte- und Klimatechnik

Torsten Weise, Schanghai, und Peter Weissenborn, Bad Harzburg/Stuttgart

Seit April 2004 veröffentlichen Gentner Verlag und Dashöfer Management Consulting (Shanghai) gemeinsam einen chinesisch-sprachigen Ableger der KK mit dem Titel „Welt der Kälte- und Klimatechnik“ (WKK) in bisher monatlicher Erscheinungsweise als Online-Newsletter unter der Adresse <http://onnwkk.dashofer.com.cn>, Kennwort-gestützt.



Volltextsuche möglich. Das Besondere des Online-Newsletters ist, dass es sich im Prinzip um die persönliche Ausgabe des Lesers handelt: Beispielsweise können für interessante Artikel im Newsletter – wie sonst im Browser – selber Bookmarks angelegt werden, sie können aber auch bequem ausgedruckt, gespeichert oder sogar per Email verschickt werden. Des Weiteren können direkt aus dem System heraus Fragen an die Redaktion gestellt werden.

Das Abonnement ist kostenlos, doch muss der Leser sich mit seinen Kontakt-Informationen registrieren lassen, der Newsletter ist also nicht frei zugänglich. Diese Abonnenten-Datenbank bietet in Verbindung mit dem elektronischen Format erhebliche Vorteile für Inserenten aus der globalen Kälte-Klima-Branche: Nicht nur kann der Leser durch einen einfachen Klick gleich auf die Website des Inserenten mit tiefgehenden Informationen gelangen, das System verfolgt genau, welche Artikel gelesen werden, auf welche Anzeigen geklickt wurde, usw. Anschließend können diese Informationen mit der Abonnenten-Datenbank korreliert (oder verbunden?) werden, so dass aussagekräftige Analysen möglich sind. Es ist z. B. möglich, die berufliche Position eines Lesers aus der Branche (z. B. Geschäftsführer, Technischer Leiter, Einkäufer, Planer oder Anlagenbauer) in Zusammenhang mit einem bestimmten Artikel zu untersuchen, um dadurch dem Anzeigenschalter dabei zu helfen herauszufinden – spricht er als Inserent die richtige Kontaktperson an? Die Analyse der regionalen Verteilung all derjenigen, die auf eine Firmen- oder Produktanzeige geklickt haben, kann dem Anzeigenschalter auch Hinweise auf bisher für ihn unerkannte Märkte geben.

Die Medien in China werden weiterhin streng von der Regierung reglementiert und kontrolliert, derzeit ist die Gründung einer Fachzeitschrift nur schwer möglich. Um dennoch deutschen und europäischen Unternehmen eine bessere Medienpräsenz in China zu ermöglichen wie auch einen ständig aktuellen Technologietransfer aus der westlichen Welt der Kälte- und Klima-Industrie zu ermöglichen, ist der Gentner Verlag eine enge Kooperation mit der Dashöfer Management Consulting (Shanghai) eingegangen. Dieses zum Verlag Dashöfer gehörende Unternehmen verfügt nach sechs Jahren in China über umfangreiches Markt- und Marketing-Know-how wie auch über hochmoderne Systeme für Kundenmanagement und Online Publishing.

Um trotz der gesetzlichen Restriktionen die Stärken beider Partner nutzen zu können, wird die WKK nicht als Fachzeitschrift wie die KK, sondern als Online-Newsletter herausgegeben. Zu jeder Ausgabe bekommt der Abonnent eine Benachrichtigungs-Mail zugeschickt, in der die wichtigsten Themen kurz angerissen werden. Beim Klicken auf den jeweiligen Link wird umgehend der Online-Newsletter im Browser des Lesers aufgerufen und wie bei einer gedruckten Zeitschrift sieht der Leser Inhaltsverzeichnis (auf Chinesisch und Englisch) und Editorial. Das Archiv ist sowohl thematisch wie chronologisch geordnet, selbstverständlich ist auch eine

Die durch den Online-Newsletter zu erreichende Zielgruppe setzt sich ähnlich wie in Deutschland sowohl aus Ingenieuren und Geschäftsführung, als auch aus Ansprechpartnern in den Abteilungen Vertrieb und Einkauf von Anwendern zusammen. In der monatlichen Themenfindung/Themenbehandlung finden vor allem die Bereiche Verdichter (Kompressoren), Wärmetauscher (Verdampfer und Verflüssiger), Komponenten wie Regel- und Steuereinrichtungen, Drehzahlregelungen, Verbundanlagen, Möglichkeiten zur Kältemittelsubstitution als auch der komplette Anlagenbau für sich selbst Berücksichtigung.

Die Abonnenten werden mit Direct Marketing gewonnen, d. h. sie werden direkt auf Fachmessen, per Fax oder Telefon angesprochen, so dass die Zielgruppe „Fachleserschaft“ den berechtigten Anforderungen der Inserenten aus der internationalen Kälte-Klima-Branche entspricht.

Insgesamt gibt es derzeit etwa 10000 Abonnenten des WKK-Online-Newsletters in China, deren aktuelle berufliche Stellung durch individuelle Einzelmaßnahmen gegenwärtig überprüft wird. Bis zum Jahresende 2004 soll ein Stamm von ca. 15000 Abonnenten erreicht werden. Wie soll das funktionieren? Das ist doch nicht durchführbar?

Doch, in China ist vieles durch den preiswerten Einsatz von intelligenten Werbesystemen möglich; dies hat sich auch während der zurückliegenden Messe China Refrigeration 2004 in Shanghai einmal mehr bestätigt, denn während nur 3 Tagen Messedauer haben sich ca. 1500 an der Kälte- und Klimatechnik Interessierte als Abonnenten am WKK-Ausstellungsstand in Halle 1 (siehe gesonderten Bericht in dieser Ausgabe der KK) eintragen lassen.

Wer sich von der Qualität des WKK-Newsletters einmal selbst überzeugen möchte, der kann dies über eine direkte Kontaktaufnahme mit dem Herausgeber der KK unter der Email-Adresse „weissenborn@diekaelte.de“ durch die Zurverfügungstellung einer vorläufigen Zugangsmöglichkeit erreichen. ■