

Über das Finden und Gefunden werden

Vom Buch zur App – „Das Örtliche“ ist Güterslohs Verzeichnismedium

Online, mobil oder gedruckt – „Das Örtliche“ hat jede Menge Informationen für seine Nutzer.

Es gibt kaum ein Medium aus dem Flöttmann Verlag, das Veränderung und Weiterentwicklung offensichtlicher werden lässt als „Das Örtliche“. Vom Buch übers Internet zur App – von der Telefonnummer zur Suchmaschine – so lässt sich der erfolgreiche mehr als 110-jährige Entwicklungsprozess zusammenfassen.

Ob online, mobil oder gedruckt – alle drei Produkte sind kostenlos. Sie ermöglichen es dem Nutzer, von überall aus schnell und unkompliziert die wichtigsten Informationen zu Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen und Privatpersonen zu finden.

Text: Tatjana Wanner
Fotografie: Detlef Güthenke

„Das Örtliche“ für Gütersloh ist dabei eine von über 1.000 Ausgaben bundesweit, zu denen auch „Das Telefonbuch“ sowie das Branchenverzeichnis „Gelbe Seiten“ zählen. Als Partner der DeTeMedien, Deutsche Telekom Medien GmbH, bekommt der Flöttmann Verlag täglich aktuelle Rufnummern und Adressdaten zugestellt, die geprüft, gegebenenfalls bearbeitet und unmittelbar ins Web und in die App übertragen werden. Regelmäßig informiert die „Das Örtliche Service- und Marketing GmbH“ über die Nutzergewohnheiten. Aktuell belegen die Analysen, dass jeder Nutzer rund 40 Mal pro Jahr auf „Das Örtliche“ zurückgreift. Die Buch-Ausgaben werden vor allem aufgrund des handlichen Formats und der regionalen Verortung geschätzt. Im Internet suchen Nutzer 480 Millionen Mal pro Jahr auf www.dasoertliche.de, davon ist mehr als jede zweite Suche die Suche nach einem Unternehmen.¹

„Der entscheidende Vorteil des Gütersloher Verzeichnisses liegt darin, dass das Team hier vor Ort recherchiert und beispielsweise Veränderungen wie Geschäftseröffnungen oder -schließungen unmittelbar bemerkt und sofort mit aufnehmen kann“, so Heidrun Hotop, seit 1995 im Flöttmann Verlag für „Das Örtliche“ im Einsatz. In ihrer Abteilung laufen alle Daten für die App, das Internet und das Buch zentral zusammen. „Insgesamt prüfen wir knapp 40.000 Datensätze“, ergänzt Teamkollegin Katharina Roll, die schon ihre Ausbildung beim Flöttmann Verlag gemacht hat und seit 2006 neben anderen Aufgaben „Das Örtliche“ betreut. Das Team „füttert“ das Verzeichnis täglich mit neuen Daten für Gütersloh. „Online und mobil geht das natürlich fix. Dort sind wir tagesaktuell“, betont Heidrun Hotop. Für das Buch, das einmal pro Jahr erscheint, werden die Änderungen gesammelt, eingepflegt und passend zum Drucktermin veröffentlicht.

Blickt man mehr als 100 Jahre zurück, waren es 1903 nur 114 Anschlüsse, die in das erste vom Druckhaus Flöttmann herausgegebene Gütersloher Adressbuch aufgenommen wurden. Im Jahr 1933 stieg die Zahl der Telefon- ▶

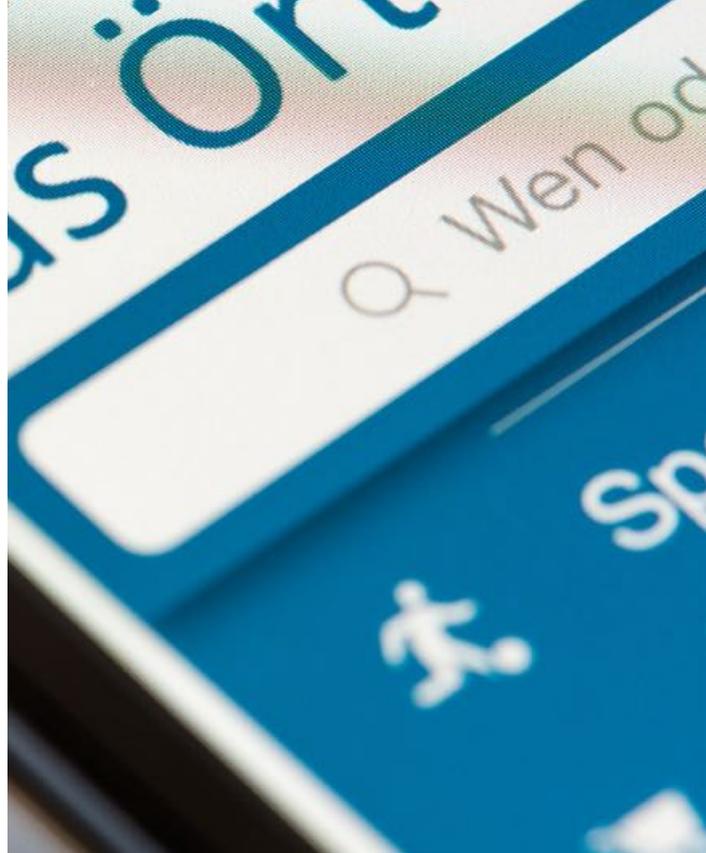
1 GfK-Nutzeranalyse Verzeichnismedien 2015

inhaber auf 1.200. Sie fanden Eingang ins erste eigenständige Telefonbuch für das Amt Gütersloh mit Isselhorst und Harsewinkel/Marienfeld. 1991 verzeichnete das ÖTB (Örtliches Telefonbuch), wie es damals hieß, bereits 41.000 Fernsprechteilnehmer.² Ein Jahrhundert nach Veröffentlichung des ersten Adressbuches waren die Daten schließlich mobil abrufbar. Seit 2010 kann jeder Smartphone- und Tablet-Nutzer zusätzlich zum Internet und Buch die Ö-App nutzen. Im Jahr 2015 gab es bundesweit 264 Millionen Nutzungen der App bzw. mobilen Website. Allein in Gütersloh wurden über 750.000 Suchanfragen – online wie mobil – gezählt.³

Dadurch, dass die Gütersloher heute selbstverständlich je nach Situation und Präferenz print, online oder mobil recherchieren, ist das Buch bis heute Teil eines crossmedialen Gesamtangebotes. Informationen wie Webadressen, Öffnungszeiten, Notrufe, Stadtpläne, Ärzte, Ferien oder Angaben zur örtlichen Gastronomie sind hier ebenso wie online und per App zu finden. Im Jahr 2014/15 veröffentlichte der Flöttmann Verlag in seinem „Das Örtliche“ erstmalig professionell recherchierte redaktionelle Firmenporträts mit umfangreichen Zusatzinformationen und QR-Code zur jeweiligen Website. „Das Örtliche“ habe damit in gedruckter Form nach wie vor einen hohen Stellenwert, betont Medienberater Michael Küster, der 2001 bei Flöttmann in diesem Aufgabenfeld begonnen und es 2014 von seinem Vater, Klaus Küster, übernommen hat. „Die Abholquote liegt in Gütersloh bei einer Auflagenstärke von 44.000 Stück bei 96 Prozent“, so Michael Küster.

Das Redaktionsteam von „Das Örtliche“ erfasst für die Online-Varianten jedoch wesentlich mehr Informationen, darunter Wissenswertes wie das Kino-Programm oder Näheres zur Gastronomie mit Außenplätzen, Öffnungszeiten oder Ruhetagen. Die Ö-App bietet unterwegs tagesaktuelle Informationen zu Benzinpreisen, Notapotheken, Geldautomaten, Blumengeschäften, Cafés und vieles mehr – immer mit einer Entfernungsangabe. Natürlich hat die App auch eine eigene Navigationsfunktion. Unter der Rubrik „Aktuelles“ finden die Nutzer lokale Neuigkeiten aus dem Einzelhandel, Mittagstischangebote oder weitere gastronomische Empfehlungen. „Da unsere Redaktion diese vielen zusätzlichen Informationen erfasst, die online nicht immer in dieser Aktualität und Qualität verfügbar sind, landet eine Suche über Google häufig bei Ergebnissen von „Das Örtliche“. Insofern hilft Google uns, unseren Nutzern und unseren Kunden sehr“, freut sich Geschäftsführer Friedrich Flöttmann über die Erfolge im Netz. Machbar sei das Ganze aufgrund der Tatsache, dass der Flöttmann Verlag Teil einer Verlagsallianz ist. „Gemeinsam nutzen wir die Online- und Mobilausprägungen von „Das Örtliche“. Auf diese Weise verteilt sich der hohe Aufwand auf die mehr als 100 herausgebenden Verlage und die Deutsche Telekom Medien GmbH.“

Die Zahl der installierten Apps steigt täglich. „Im August 2016 waren es 5,8 Millionen Downloads, die die mobile Kompetenz von „Das Örtliche“ bestätigen“, so Michael Küster. „Wir gehören damit zu einem der innovativsten Bereiche des Verlages“, schmunzelt er. Schon heute arbeiten sie daran, die Dienstleistungen zur Findbarkeit immer weiterzuentwickeln. „Zurzeit erweitern wir vor allem das mobile Angebot für unsere Kunden. Mittlerweile können wir aus unserem System automatisch kompakte Websites generieren“, erklärt Geschäftsführer Friedrich Flöttmann. „Das bietet kleineren Firmen und Handwerksbetrieben die Möglichkeit, mit geringem Aufwand im Netz professionell präsent zu sein – und vor allen Dingen noch besser gefunden zu werden. Davon profitieren nicht nur unsere Kunden, sondern auch die Nutzer unserer Verzeichnisse“, fasst es Medienberater Michael Küster zusammen. Es werde zukünftig darum gehen, die Informationstiefe für die Suche im Web und über die App noch weiter auszubauen: „Unsere Nutzer sollen genau die Informationen bequem auf unterschiedlichen Wegen finden, die sie benötigen“, versichert Verlagschef Friedrich Flöttmann. ●



2 Jubiläums-Festschrift 125 Jahre Druckhaus Flöttmann „Wir setzen Zeichen“, S. 32 ff.

3 Quelle: GfK-Nutzeranalyse Verzeichnismedien 2015

er w
ort & Freizeit
Supermär



Ö
che.de
h.

