

Neu gestaltete Wurstmarktseite im Internet.

Man habe in diesem Jahr erstmals die Dürkheimer Firma „die medienagenten“ mit der Gestaltung der Internet-Seite beauftragt und sei mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Neben dem modernen Design und der sehr übersichtlichen Navigation zeigte sich die Stadt auch über die Art der Zusammenarbeit begeistert.

Wie Marktmeister Roland Poh ergänzte, habe man in diesem Jahr einen Kritikpunkt aus den Gästebucheinträgen des Vorjahres aufgegriffen und die als statisch kritisierte Live-Cam durch drei an verschiedenen Plätzen aufgestellte Kameras ersetzt. Gerade diese Live-Bilder vom Wurstmarkt hätten die Aktualität der Seite gesteigert. Er empfahl den Internet-Seiten-Besuchern das Kurzvideo „2 Tage im Schubkarchstand“, bei dem ein Zusammenschnitt aus 48 Stunden am Schubkarchstand in 90 Sekunden vor dem Auge des Betrachters ablaufen.

„Ich kann mich noch erinnern, wie bei uns das Telefon läutete und wir den Auftrag bekamen“ berichtete medienagenten-Geschäftsführer Jochen Stange von der Freude über den erhaltenen Auftrag. Von Jugend an seien alle „medienagenten“ mit dem Wurstmarkt verbunden und so sei es einfach eine tolle Sache gewesen, nun die Internet-Darstellung des größten Weinfestes der Welt gestalten zu können. Neben den Veränderungen in der Darstellung und einem frischen Layout seien auch neue Navigationspunkte, wie z.B. ein Online-Shop oder die Präsentation der Wurstmarkt-Souvenirs, hinzugekommen. Dennoch mangelt es den „medienagenten“ nicht an weiteren Ideen und so habe man für die kommenden Jahre noch einiges vor.

Die Zugriffszahlen sprechen für sich: rund 500.000 Seitenzugriffe im Wurstmarktmonat September, davon allein 51.000 am Eröffnungsfreitag. Diese Zahlen entsprechen 240 % der Vorjahreszugriffe und das obwohl das Programm zur Auswertung strengere Maßstäbe ansetze als das zuvor benutzte.