

Ihre besten Seiten.

mehrWEB.net

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

1

 **mehrWeb.net**
webt.wirkt.verkauft

 asm

Produktdefinition

Trainingsworkshops
für die Vorgründungs- und Nachgründungsphasen

Di 05. November 2013 • 10.00 bis 14:00 Uhr

Referent:

Manfred W. Schoppe, Dipl. Betriebswirt, Geschäftsführender Gesellschafter
mehrWEB.net UG (haftungsbeschränkt) – Agentur für Web-Marketing

eine Veranstaltung von ASM – Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e. V. , Hamburg

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

2

Was wir machen.

Mit neuestem
Web-Marketing.

Webseiten...

Mehr
Erfolg für Sie.



Ihre besten Seiten.

mehrWEB.net



Wer wir sind.



Rainer Kopitzki
Diplom-Kaufmann

Kernkompetenzen: Marketing, Werbung, PR

Über 15 Jahre in leitender Position im Marketing tätig.

Seit 2010 selbstständig

Brand Improvement – Agentur für Marketing, Werbung, PR



Manfred W. Schoppe
Dipl. Betriebswirt (FH)

Kernkompetenzen: Marketing, Markenführung, Führung

Über 20 Jahre in leitender Position im Marketing tätig.

Seit 2005 selbstständig (BAFA, KfW Beraterbörse, NBank)

MWS Consulting – Die Unternehmensberatung für Marketing,
Markenführung, Führung



Produktdefinition

Trainingsworkshops
für die Vorgründungs- und Nachgründungsphasen

Di 05. November 2013 · 10.00 bis 14:00 Uhr

Referent:

Manfred W. Schoppe, Dipl. Betriebswirt, Geschäftsführender Gesellschafter
mehrWEB.net UG (haftungsbeschränkt) – Agentur für Web-Marketing

eine Veranstaltung von ASM – Arbeitsgemeinschaft selbstständiger Migranten e. V. , Hamburg



Die Situation

Markt und Trends

- Die Entwicklung von Märkten, das Verhalten der Kunden wird immer undurchsichtiger. Einerseits führt die Geiz-ist-geil-Mentalität auf der Jagt nach dem günstigsten Preis zu immer stärkerem Kostendruck, andererseits werden Qualität und Service erwartet.
- Im Consumer-Bereich boomt der Discount-Handel, gleichsam erzielen Premiumprodukte bisher ungeahnte Zuwachsraten. Der Freizeittrend ist ungebrochen, dabei wächst der Trend zum Cocooning.



Die Herausforderung

Der Wettbewerb verschärft sich ständig.

Produkt-Lebenszyklen werden immer kürzer.

- Neue Anbieter drängen auf etablierte Märkte.
- Es gibt nahezu nichts mehr, was es nicht schon gibt.
- Irgendwie ist doch alles das Gleiche.
- Das eigene Angebot droht in der Masse unterzugehen.

→ Wie soll man da noch besser sein ?



Gewerbe-Neuanmeldungen 2010 in Hamburg

- Über 22.000
- Gewerbeabmeldungen: über 16.000
- Differenz: 6.000

Quelle: Statistikamt Nord Juni 2011



Problem: Reizüberflutung

- In Europa und den USA sind rund 8 Mio. Warenzeichen¹⁾ eingetragen.
- Jährlich kommen etwa 1/2 Mio. dazu.
- Der neue Duden enthält (nur) 135.000 Worte²⁾.

Anm.: ¹⁾ Stand 2010 ²⁾ Duden 25. Auflage erschienen am 21. Juli 2009



Die Kraft der Marke – auch für kleine Unternehmen

- Auch bei Dienstleistungen
- Das wirklich **Neue**, das **Besondere** hervorheben
- Sich **abgrenzen** vom Angebot der Wettbewerber
- Sich **eindeutig positionieren**



Die Kraft der Marke – auch für kleine Unternehmen

- nach den Wünschen und Bedürfnissen der **Zielgruppe** ausrichten
- **einzigartig sein** - mit der Marke
- Alles was Sie tun zählt in die Marke ein



Inhalt / Thema / Ziel

- Welches Produkt / welche Dienstleistung biete ich an?
- Was ist daran besonders?
- Wie grenze ich mich vom Wettbewerb ab?
- Was zeichnet mein Produkt/ meine Dienstleistung aus?
- Wem biete ich damit einen besonderen Vorteil?
(Für wen mache ich das?)

Gerne gehen wir auf Wunsch auf Ihre Situation ein
Wir haben ausreichend Zeit für Fragen und Diskussion
Ende des offiziellen Teils 14:00 Uhr



Inhalt / Thema / Ziel

Woran messen / erkennen wir,
ob wir unser Ziel erreicht haben ?

Vorgehensweise:

- Eingangs-Situation erfassen
- Endstand erfassen
- Veränderung feststellen



Eröffnungsrunde

- Branche
- Idee (Vision) / Geschäftsmodell
- USP / Besonderheit
- Zielgruppe



USP: Unique Selling Proposition

Was ist das besondere an meiner Leistung,
Produkt, Angebot (mein Alleinstellungsmerkmal) ?



Eröffnungsrunde

- Branche
- Idee (Vision) / Geschäftsmodell
- USP / Besonderheit
- Zielgruppe



Was ist Ihnen noch besonders wichtig?

Ihre Themen und Fragen



mehrWeb.net
webt.wirkt.verkauft



Wichtige Voraussetzungen für Ihr erfolgreiches Agieren.



Wichtige Voraussetzungen.

Fach-Begriffe

- Marketing
- Marke
- Marketing Mix
- Produkt/Produktausstattung
Verpackung
- Preis (Kontrahierungsmix)
- Place (Vertriebswege/
Verkaufsort, POS)
- Promotion
(Kommunikation:Werbung/
VKF, PR, Social Media)



Wichtige Voraussetzungen.

Fach-Begriffe

- **Marketing**
- Marke
- Marketing Mix
- Produkt/Produktausstattung
Verpackung
- Preis (Kontrahierungsmix)
- Place(Vertriebswege/
Verkaufsort, POS)
- Promotion
(Kommunikation:Werbung/
VKF, PR, Social Media)

Marketing

... bedeutet marktgerechte und marktgerichtete Unternehmensführung und

- Unternehmensbereich, dessen Aufgabe (Funktion) es ist, Waren und Dienstleistungen zu **vermarkten**
- Konzept der ganzheitlichen, **marktorientierten Unternehmensführung zur Befriedigung der Bedürfnisse und Erwartungen** der Kunden ...

*Entwicklung von ... einem operativen Aktivitäten-Mix (Marketing-Mix-Instrumente) hin zu einer **Führungskonzeption**, die andere Funktionen wie zum Beispiel Beschaffung, Produktion, Verwaltung und Personal mit einschließt.*



Wichtige Voraussetzungen.

Fach-Begriffe

- Marketing
- **Marke**
- Marketing Mix
- Produkt/Produktausstattung
Verpackung
- Preis (Kontrahierungsmix)
- Place(Vertriebswege/
Verkaufsort, POS)
- Promotion
(Kommunikation:Werbung/
VKF, PR, Social Media)

Marke

(engl. brand, wörtlich: Brandzeichen)

im Marketing steht Marke für alle **Eigenschaften**, in denen sich Objekte, die mit einem Markennamen in Verbindung stehen, von konkurrierenden Objekten anderer Markennamen **unterscheiden**.

Die Objekte sind klassischerweise Waren und Dienstleistungen, zunehmend aber auch Unternehmen.



Wichtige Voraussetzungen.

Fach-Begriffe

- Marketing
- **Marke**
- Marketing Mix
- Produkt/Produktausstattung
Verpackung
- Preis (Kontrahierungsmix)
- Place(Vertriebswege/
Verkaufsort, POS)
- Promotion
(Kommunikation:Werbung/
VKF, PR, Social Media)

Marke

(engl. brand, wörtlich: Brandzeichen)



Erkennen Sie die Marke



Erkennen Sie die Marke ?





Erkennen Sie die Marke ?



Erkennen Sie die Marke ?





Erkennen Sie die Marke ?



Erkennen Sie die Marke ?

...T...Com

Herzlich willkommen





Die Kraft der Marke – Der Erfolgsfaktor

- Auch bei Dienstleistungen
 - Das wirklich **Neue**, das **Besondere** hervorheben
 - Sich **abgrenzen** vom Angebot der Wettbewerber
 - Sich **eindeutig positionieren**
- nach den Wünschen und Bedürfnissen
der Zielgruppe ausrichten
- **einzigartig sein** - mit der Marke



Marke. - Bedeutungen bewusst einsetzen

M. I. T. **Moskau
Inkasso Team**

"Ihr Schuldner muss kein russisch können ..."

Quelle: beteiligung.moskau-inkasso.com



Marken-Bild. - Schlüssel-Elemente -

- 1-

- **Versprechen** ¹

Was ist die Marke (das Produkt)?

Was ist das wichtigste Argument dafür?

¹ Komm auf meine Party, da kannst du was erleben

- **Nutzen** ²

Was tut das Produkt für mich?

Was tut das Produkt mit mir?

² Da lernst du `ne Menge Leute kennen und kannst Spaß haben

³ Denn ich kenne `ne Menge interessante Leute

- **Begründung** ³

Gründe, warum ich das Versprechen glauben soll.



Marken-Bild - Schlüssel-Elemente -

- 2-

- **Persönlichkeit** (menschliche Eigenschaften)

Wie tritt die Marke (das Produkt) auf?

Wie verhält sich die Marke (das Produkt)?

- **Werte**

Was sind Prinzipien, für die die Marke einsteht?

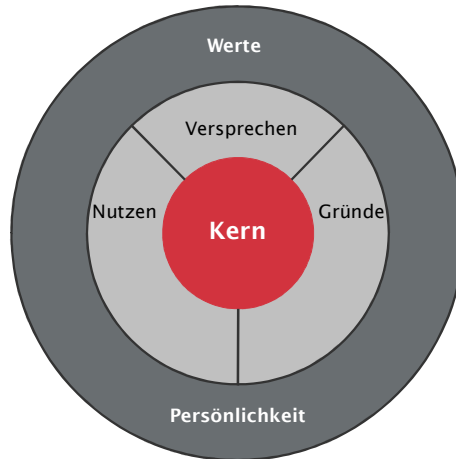
Woran glaubt die Marke?

- **Markenkern**

Die „Essenz“ der Marke in einem Wort oder wenigen Worten?



Marken-Bild

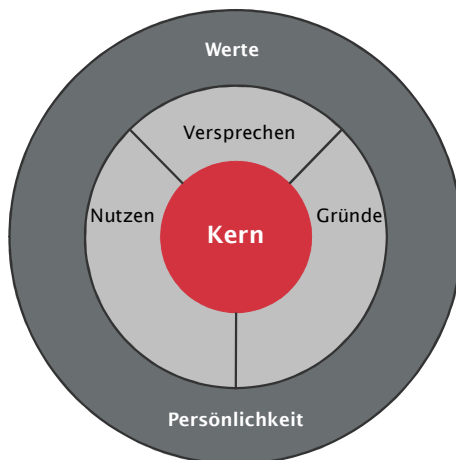


Markenführung heißt nicht nur Fleiß, Geld und Fakten, sondern auch Einfühlungsvermögen, Neugier und Psychologie.

Marken entstehen nicht nur bei uns in der Agentur für Web-Marketing, sondern in den Köpfen der Menschen.



Ihr Marken-Bild



1. Wie lautet Ihr **VERSPRECHEN**?
2. Welchen **NUTZEN** bieten Sie?
3. Warum sollen Ihre Kunden Ihnen das **GLAUBEN**?
4. Beschreiben Sie Ihr Unternehmen, wenn es eine **PERSON** wäre.
5. Für welche **WERTE** steht Ihr Unternehmen?
6. Der **KERN** Ihres Angebots.
(möglichst ein Wort / wenige Worte)



Brands



Brand / Trademark



Source: http://www.markenlexikon.com/produkte_a.html#



Die Kraft der Marke – auch für kleine Unternehmen

Was ist wichtig?

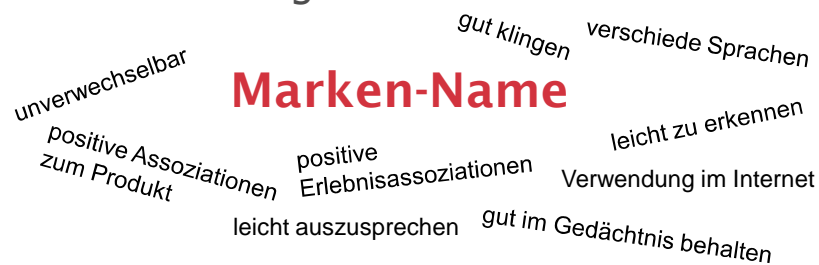


Markenzeichen (Logo) und Markenname müssen nicht zwangsläufig getrennt sein. Gestalterische Alternativen sind: Markenname im Zeichen integriert (z.B. Bayer-Kreuz) oder typografisch gestaltete Markennamen (z.B. Coca-Cola)



Die Kraft der Marke – auch für kleine Unternehmen

Was ist wichtig?



In Europa und den USA sind rund 8 Mio. Warenzeichen eingetragen.
Jährlich kommen etwa ½ Mio. dazu.

Der neue Duden enthält (nur) 135.000 Worte.



Die Kraft der Marke – auch für kleine Unternehmen

Was ist wichtig?



Im Mittelpunkt stehen die Wünsche des Konsumenten. Bei der Vermarktung über Mittler (z.B. Einzelhandel, Versandhandel) sind dem Vertriebsweg spezifische Anforderungen zu beachten (Transport, Lagerung, Warenpräsentation am POS).



Produkt-Entwicklung

Markt ständig beobachten auf

- Veränderungen und
- neue Trends.

Nichts bleibt wie es ist.



Rechenmaschine → Computer

Produkt-Entwicklung

mechanisch – elektrisch - elektronisch



erste HomeComputer → moderner PC

Produkt-Entwicklung

Band – Platte - Flash

Röhre – Flachbildschirm - LED



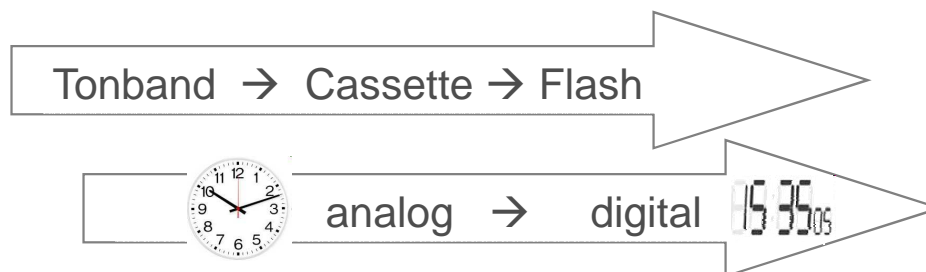
Produkt - Systeme



Musik-Walze	Schellack-Schallplatte	Vinyl-Schallplatte	Compact Disc DVD Blu-ray	mp3
Produkt-Entwicklung				



System-Wechsel





Produkt-Portfolio - Apple -

Mac Pro	iMac	Mac mini	MacBook Pro	MacBook Air
Sortiments-Breite				

Die gezeigten Marken und Geschmacksmuster sind Eigentum der jeweiligen Rechte-Inhaber

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

46



15



Produkt-Portfolio - Apple -

Sortiments-Tiefe

	Mac Pro	iMac	Mac mini	MacBook Pro	MacBook Air
	4	2	2	5	2
Quad-Core		21,5" 2,5 GHz	2,3 GHz	13"2,4 13" 2,8	11" 1,6GHz 2GB
8-Core		21,5" 2,7 GHz	2,5 GHz	15"2,2 15"2,4	13" 1,7GHz 4GB
12-Core		27" 2,7 GHz		17" 2,4 GHz	
Server		27" 3,1 GHz			

Die gezeigten Marken und Geschmacksmuster sind Eigentum der jeweiligen Rechte-Inhaber

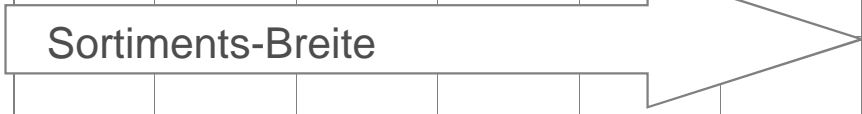
Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

47



Produkt-Portfolio - Apple -

iPad	iPhone	iPod touch	iPod nano	iPod shuffle	iPod classic



Die gezeigten Marken und Geschmacksmuster sind Eigentum der jeweiligen Rechte-Inhaber
 Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 48



43



Produkt-Portfolio - Apple -

Sortiments-Tiefe	iPad	iPhone	iPod touch	iPod nano	iPod shuffle	iPod classic
	6	10	6	14	5	2
	schwarz, weiß 16 GB	schwarz, weiß 3Gs 8 GB	schwarz, weiß 8 GB	in 7 Farben 8 GB	in 5 Farben 2 GB	in 2 Farben 160 GB
	schwarz, weiß 32 GB	schwarz, weiß 4 8 GB	schwarz, weiß 16 GB	in 7 Farben 16 GB		
schwarz, weiß 64 GB	schwarz, weiß 4s 16 GB 32 GB	schwarz, weiß 32 GB				

Die gezeigten Marken und Geschmacksmuster sind Eigentum der jeweiligen Rechte-Inhaber
 Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 49



Produkt-Verpackung

Spiegelt adäquat und authentisch wieder

- Produkt-Positionierung
- Produkt-Qualität
- Produkt-Preis
- Produkt-Distribution
- Produkt-Kommunikation

(siehe → Marketing-Mix)



Dienstleistung

ADAM *Eve*

Luxus für Körper & Seele

Martina Fischer Kosmetik

Angebote

Über mich

Kosmetik

Fußpflege

Massage

Herzlich Willkommen auf meiner Wohlfühl-Seite
Kosmetik, Fußpflege und Wellness in Hamburg Bahrenfeld

16.01.20

Martina Fischer Kosmetik ab 17.02. wieder in voller Besetzung

Wie viele ja bereits wissen, wurde am 08.11.2010 unser Sohn Justus Bennet geboren.

Kosmetik
ATELIER
MEDICAL BEAUTY CONCEPT

»MEDICAL BEAUTY MEETS WELLNESS«



Ihr Produkt-Portfolio

Was haben Sie sich für Ihr Angebot überlegt?

- Produktvielfalt
- Dienstleistungen

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 53

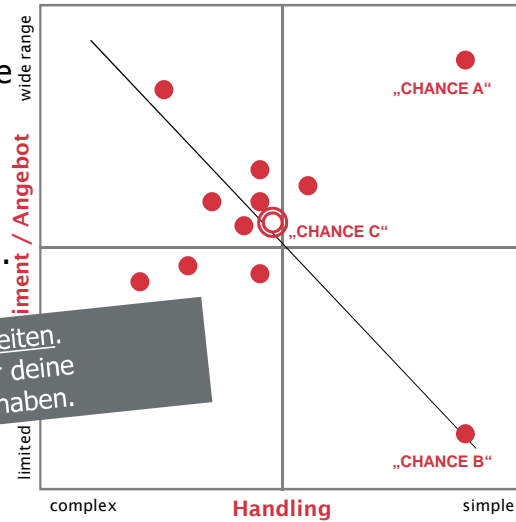


Benchmark

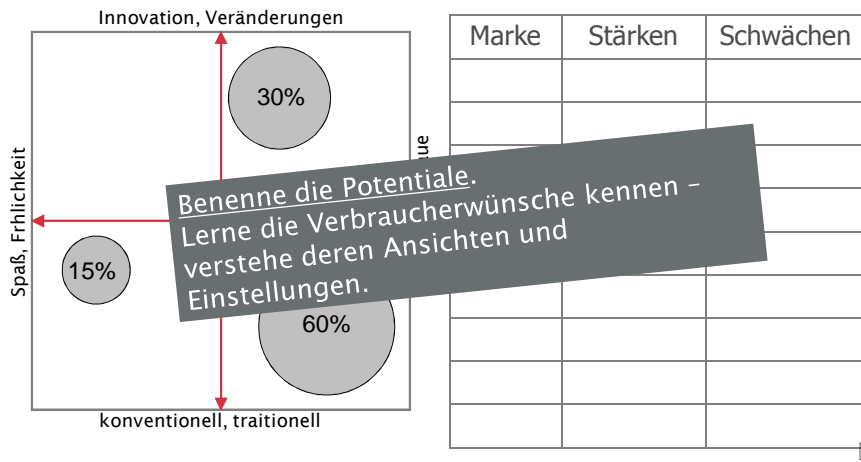
Verbraucherwünsche kennen lernen.

Die subjektiven Ansichten verstehen.

Erkenne deine Möglichkeiten.
Erkenne welche Felder deine Wettbewerber belegt haben.



Need Analyse / Benchmark (Wettbewerber)

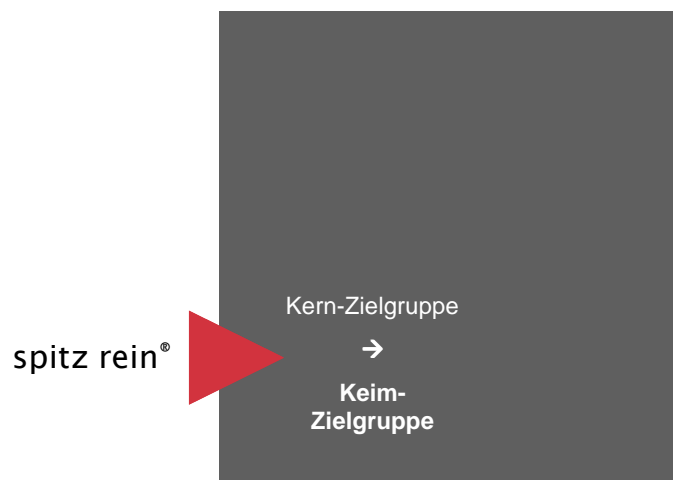


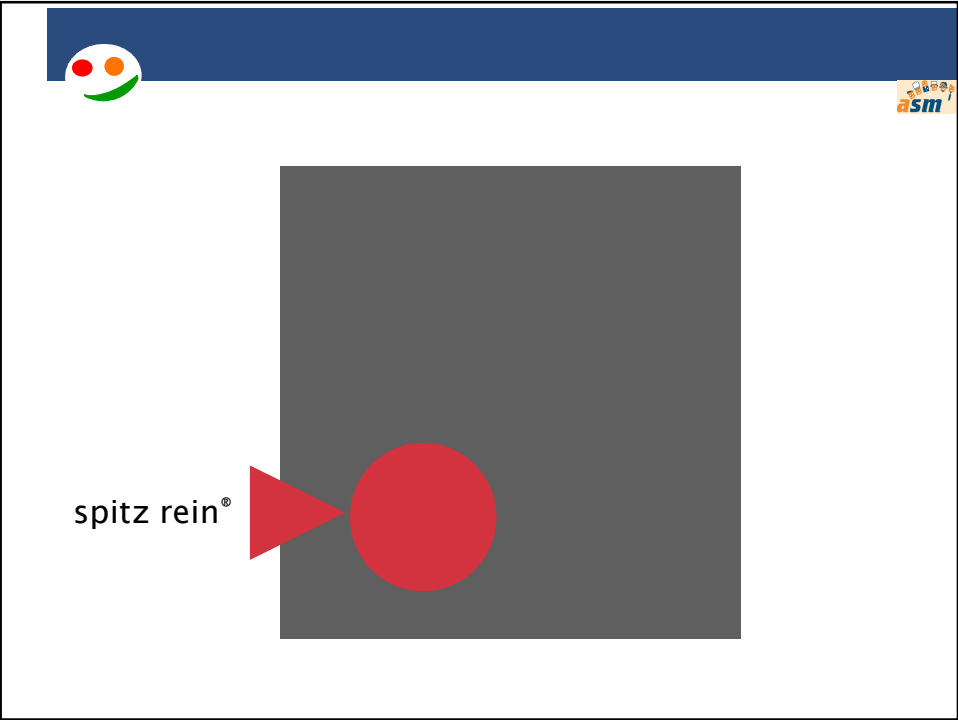
Benenne die Potentiale.
Lerne die Verbraucherwünsche kennen -
verstehe deren Ansichten und
Einstellungen.





Beispiel: Der gesamte Markt







https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/StaatGesellschaft.html

Glossar | Sitemap | Jobs | Barrierefrei | Kontakt | Impressum | RSS/News

Deutsch English

DI STATIS
Statistisches Bundesamt

ZAHLEN & FAKTEN | PUBLIKATIONEN | PRESSE & SERVICE | METHODEN | ÜBER UNS

Startseite > Zahlen & Fakten > Gesellschaft & Staat

Indikatoren

- Gesamtwirtschaft & Umwelt
- Wirtschaftsbereiche
- Gesellschaft & Staat
- Bevölkerung
- Einkommen, Konsum, Lebensbedingungen
- Bildung, Forschung, Kultur
- Gesundheit
- Soziales
- Öffentliche Finanzen & Steuern
- Rechtspflege
- Länder & Regionen

KURZ ERLÄUTERT

Bevölkerung

Bevölkerungserhebungen gehören zu den traditionsreichsten Arbeitsgebieten der amtlichen Statistik. Wer kennt nicht die Volkszählung aus der Weihnachtsgeschichte im neuen Testament der Bibel?

In der **Bevölkerungsstatistik** geht es um mehr als um Einwohnerzahlen. Die Veränderung der Altersstruktur, verursacht durch Geburtenrückgang und steigende Lebenserwartung, ist eine der größten gesellschaftspolitischen Herausforderungen in den meisten Industrienationen. Der Zuzug aus dem Ausland wird den Vorausberechnungen nach den Alters- und Schrumpfungprozess der Bevölkerung in Deutschland allenfalls vermindern, nicht aber aufhalten. Migration und Integration werden in absehbarer Zeit zentrale gesellschaftspolitische Themen sein.

AUF EINEN BLICK

Indikator	Jahr	Wert
Bevölkerung (31.12.)	2012	80,5 Mill.
Arbeitslosigkeitsquote	2010	15,6 %
Anteil Bildungsausgaben am Bruttoinlandsprodukt	2009	6,8 %
Sozialleistungsquote	2010	31,3 %
Gesundheitsausgaben je Einwohner	2010	3 510 EUR
Schulden des		

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 62




www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/

STATISTISCHE ÄMTER
DES BUNDES UND DER LÄNDER

Home | Suchen | Über das Portal | Impressum

Themen

Hier finden Sie Informationen zu folgenden Themen:

- Gebiet, Bevölkerung · Erwerbstätigkeit · Wahlen
- Bildung · Soziales · Gesundheitswesen · Rechtspflege
- Gebäude und Wohnen · Flächennutzung · Umwelt
- Landwirtschaft · Verarbeitendes Gewerbe, Bergbau · Energie- und Wasserversorgung · Baugewerbe · Handel, Gastgewerbe, Tourismus · Verkehr · Dienstleistungen
- Außenhandel · Handwerk · Unternehmen und Betriebe · Gewerbeanzeigen, Insolvenzen
- Preise · Verdienste, Arbeitskosten
- Öffentliche Haushalte · Personal im öffentlichen Dienst
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 63



www.verbraucheranalyse.de/auswertung/online



VerbraucherAnalyse

HOME FAKTEN INHALTE **AUSWERTUNG** PUBLIKATIONEN

Online-Auswertung | [Zahlservice](#) | [PC-Software MDS](#)

Online-Auswertung


Individuelle Auswertungen aus der VerbraucherAnalyse können mit dem Web-Angebot „MDS Online“ direkt im Browser durchgeführt werden. Eine Software-Installation oder spezielle Browser-Plug-Ins sind dafür nicht erforderlich.

Frei zugängliche Version „VA Märkte“

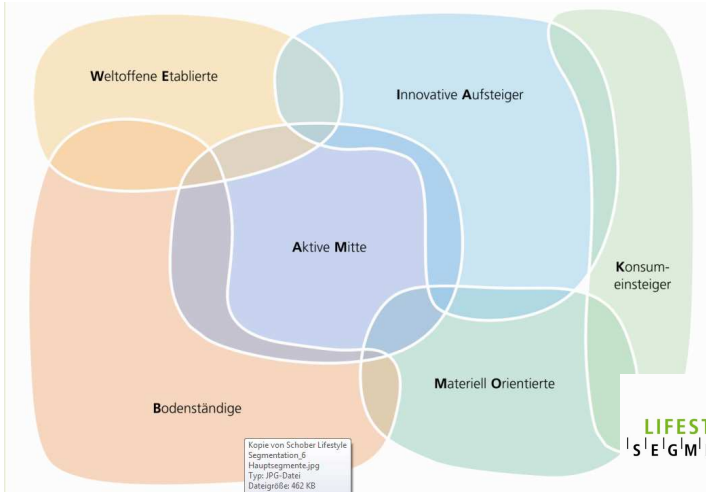
Die Version „VA Märkte“ erlaubt kostenlos und ohne Anmeldung die Zählung von Zielgruppenpotentialen und die Strukturanalyse von Zielgruppen und Märkten, bietet jedoch keine medien-spezifischen Auswertungen.

- » [VA Klassik Märkte mit MDS online auswerten](#)
- » [VA Jugend Märkte mit MDS online auswerten](#)

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 64



Zielgruppen / Lifestyle (Schober)



Kopie von Schober Lifestyle Segmentation_6 Hauptsegmente.jpg
Typ: JFC-Diagramm
Dateigröße: 462 KB

LIFESTYLE SEGMENTATION®
DEUTSCHLAND

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 65



Zielgruppen / Lifestyle (Schober)

HÖHERE EINKOMMEN	WE1	WE4	WE7	IA1	IA4	IA10	K1
	WE2	WE5	WE8	IA2	IA5	IA11	K2
	WE3	WE6	WE9	IA3	IA6	IA12	K3
MITTLERE EINKOMMEN	B1	B7	AM1	AM4	IA7	IA13	K4
	B2	B8	AM2	AM5	IA8	IA14	K5
	B3	B9	AM3	AM6	IA9	IA15	K6
NIEDRIGERE EINKOMMEN	B4	B10	B13	B16	MO1	MO4	K7
	B5	B11	B14	B17	MO2	MO5	K8
	B6	B12	B15	B18	MO3	MO6	K9
	ÄLTERE ALTERSKLASSEN		MITTLERE ALTERSKLASSEN		JÜNGERE ALTERSKLASSEN		

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 66



www.schober.de/data.html

Schober
The Future of Targeting

Data | Data Services | Data Solutions | Branchen | Unternehmen | Holding

Sie sind hier: [Home](#) > Data

- Business Adressen
- Consumer Adressen
- Lifestyle Adressen
- Adressen-Shop

Die richtige Zielgruppe für jedes Angebot

Wenn Sie genau die Zielpersonen ansprechen, die zu Ihrem Angebot passen, erreichen Sie mit Ihrer Werbung die höchsten Responsequoten und die besten Verkaufserfolge. Deshalb können Sie bei Schober Ihre Direktmarketing-Zielgruppen aus einer Marketingdatenbank mit einer Riesenauswahl an **Business Adressen** und **Firmenadressen** sowie **Consumer Adressen** und **Privatadressen** über zahlreiche Kriterien ganz exakt auswählen. Dabei handelt es sich um **Adressdaten** in einzigartiger Qualität und Aktualität. Damit Ihre **Direktmarketing-Maßnahmen** wirtschaftlich bleiben und Ihre **Neukundengewinnung** erfolgreich verläuft.

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 67

www.direktmarketingcenter.de/bundesweit.html

Deutsche Post

Bundesweit Vor Ort

Direkt Marketing Center Dienstleistungen Veranstaltungen Marketingideen Referenzen Kontakt Anmelden

Herzlich willkommen!
 Sie möchten Werbung machen, und sehen den Wald vor lauter Bäumen nicht? Sie sind verantwortlich für Marketing und/ oder Vertrieb und möchten Ihr Wissen erweitern oder Ideen sammeln?
 Gerne beraten wir Sie bei allen Marketing-Fragen.
 Beratung vor Ort

Dialogmarketing Spezial
 Europas Top-Referenten aus Wissenschaft und Praxis vermitteln Ihnen wertvolles Hintergrundwissen rund um das Thema Marketing. Erfahren Sie, wie gutes...
 Veranstaltungen anzeigen

Hier finden Sie Ihr Direkt Marketing Center
 In 28 Direkt Marketing Centern bundesweit gibt es für alle Fragen rund um Direktmarketing und Dialogmarketing Spezialisten, die Ihre Sprache sprechen.

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 68

www.mehrweb.net

mehrWEB.net
webt.wirkt.verkauft

Start Ihre besten Seiten Darum - mehrWEB.net Wir sind Jimdo-Experts Shop Aktuell Kontakt Download

Ihre neue Webseite.

Von Marketing-Experten. Sie wollen erstmals im Internet präsent sein?

Mit neuestem Web-Marketing. Sie haben bereits eine Webseite, möchten diese aber modernisieren oder optimieren?

Mehr Erfolg für Sie. Hier sind Sie richtig. Hier entstehen Ihre besten Seiten

Jimdo expert
 mehrWEB.net ist Jimdo-Partner und Jimdo-Expert.

Veranstaltung
 Gründerwoche Deutschland
 16. - 24. November 2013
 www.gruenderwoche.de

Veranstaltungen - gratis
 Workshops und Seminare sowie gratis Beratung von mehrWEB.net - Experten
 » mehr zur Gründerwoche

B2B Nord - Messe

Speziell für kleine und mittlere Unternehmen.
 Von den "Großen" lernen. - So verhelfen wir Ihnen zu mehr Erfolg. - Wir machen mit Ihnen:

Ihre besten Seiten -

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 69



Wie heißt die Marke ?

Alles ___ , oder was?	Müllermilch
__ find ich gut!	Otto (Versand)
Nichts ist unmöglich.	Toyota
Gute Preise.	Ratiopharm
Wenn's um Geld geht ___	Sparkasse
Das einzig Wahre.	Warsteiner
Geiz ist geil!	Saturn
Hoffentlich ___ versichert.	Allianz Versicherung



Welche Marke ?

1971	Das etwas andere Restaurant
1978	Essen mit Spaß
1982	Gut, daß es McDonald's gibt
1987	Der Platz wo Du gern bist, weil man gut ißt
1991	McDonald's ist einfach gut
1999	Every time a good time
2003	Ich liebe es



Welche Marke ?

1971
1978
1982
1987
1991
1999
2003



Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

73



Erfolgsfaktor Slogan – Die Kernbotschaft der Marke

- **Slogan** engl. ['sləʊgən] ist ein **einprägsamer Spruch** ¹⁾
 - leitet sich ab von *sluagh-ghairm* [slogoam] schottisch-gälisch, was soviel wie **Kriegsgeschrei** oder **Schlachtruf** bedeutet.
 - Der Slogan soll in kompakter Form eine Aussage vermitteln und das **Publikum schlagartig beeinflussen**.
 - Häufig wird der Begriff **Claim** synonym verwendet.

¹⁾ Begriffserklärung Quelle: Wikipedia.de

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

74



Ein wirksamer Slogan ...

- vermittelt einen glaubwürdigen und anschaulichen Eindruck von Produkt, Person oder Idee.
- gibt dem Konsumenten oder Wähler ein gutes Gefühl.
- bringt den Konsumenten dazu, einen Wunsch oder Bedarf zu spüren.

Quelle: www.wikipedia.de



Ein wirksamer Slogan ...

- spricht von den Vorteilen von Produkt, Person oder Idee.
- formuliert einen Unterschied zur Konkurrenz.
- macht eine einfache, direkte, prägnante, knackige und treffende Aussage.
- kann witzig sein.
- hat etwas Persönliches und Besonderes an sich.

Quelle: www.wikipedia.de



Beispiele

www.hamburgerkugeln.de/partner/ hamburger kugeln



Impressum

Angaben gemäß § 5 TMG:

Tatiana Gritsenko
Hamburger Kugeln



MOPSFIDEL RECHTLICHE ANGABEN

Impressum
MOPSFIDEL E.K.
Claudia Hess

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 77



Beispiele

www.der-keksbaecker-hamburg.de/index.html keksbäcker hamburg



Impressum

Der Keksbäcker
Jürgen Tandetzki
Sorthmannweg 10
22529 Hamburg

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 78



Beispiele

The screenshot shows a browser window with the address bar containing 'www.bonscheladen.de'. The website has a dark red header with the 'Bonscheladen' logo in white script on the left and 'FEINE HANDGEMACHTE BONBONS' in white block letters on the right. Below the header is a navigation menu with the items: 'Über uns', 'Produkte', 'Kaufen', 'Kontakt', and 'Home'. The main content area is white and contains the following text: 'Bonscheladen', 'Friedensallee 12', '22765 Hamburg - Ottensen', and 'Tel.: 040/415 475 67'.



Beispiele

The screenshot shows a browser window with the address bar containing 'www.mws-consulting.de/index.html'. The website has a grey header with the text 'Die Unternehmensberatung für Marketing · Markenführung · Führung' in the center. On the right side of the header is the 'MWS Consulting' logo, which includes a red circle with a white triangle pointing right. Below the header is a navigation menu with the items: 'Home' and 'Visionen zum Erfolg führen'. The main content area is white and contains the following text: 'MWS Consulting UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG', 'Hammeweg 19', and '27412 Tarmstedt'.



Beispiele

www.schubert-exklusiv-bikes.de

DIE NEUESTEN IN DEUTSCHLAND HERGESTELLTEN MODELLE

exklusiv BIKES

HOME Startseite Leasing für Selbständige JobRad SERVICE und Anfahrt Über uns KONTAKT AKTUELL

E-Bikes Bikes Lieferfahrrad Industriefahrräder

Schubert exklusiv BIKES

Schubert exklusiv BIKES
Inh. Alexander Schubert
Curslackner Heerweg 84
21039 Hamburg



Beispiele

www.sipua-consulting.com

SIPUA[®]
CONSULTING African Business and Project Management

HOME
WIR ÜBER UNS
NEUIGKEITEN
DOWNLOAD
REFERENZEN
KONTAKT

Neuigkeiten
News Actualités

Berlin - "2013 African Ambassadors Dialogue with Business" war voller Erfolg.

ERFOLGREICH IN AFRIKA.

SIPUA CONSULTING
Alexander SIPUA Ngnoubamdjum
An der Schleemer Mühle 14,
D-22117 Hamburg
Deutschland / Allemagne / Germany



Beispiele

www.wctag-shop.de



- Shop
- Bücher
- Zeitschriften
- eBooks / Hörbücher
- DVDs/Videos
- CDs
- Bekleidung
- EarthPositive-Konzept
- WCTAG hilft

Willkommen im WCTAG - Shop

WCTAG - der größte Taijiquan-Verband Europas

Hier finden Sie viele interessante und hochwertige Taijiquan (Tai Chi/Taichi) Produkte, wie z.B. Bücher, DVDs, CDs, Bekleidung und Produkte von Großmeister Chen Xiaowang und Meister Jan Silberstorff.

Aktuelles

Neu...Neu...Neu...tolle Taiji-Liebhaberstücke! [> mehr](#)

Neben unseren klassischen Artikeln bietet Ihnen unser Online-Shop auch interessante neue Produkte! [> mehr](#)

WCTAG (World Chen Taiji Association Germany)
Rendsburger Straße 14
20359 Hamburg



Beispiele

wasdasherzbegeht.jimdo.com/startseite/

WAS DAS HERZ BEGEHRT

...süße Leidenschaft trifft himmlischen Genuss.

- Startseite
- Aktuell
- Kurse
- Galerie
- Über uns
- Kontakt

WAS DAS HERZ BEGEHRT
Inhaber: Detlev Zeitzmann
Fuhlsbüttler Straße 157
22305 Hamburg



Cupcake-Design



Cake Pops & Cake Balls



Erfolgsfaktor Slogan –

Die Kernbotschaft der Marke

- einprägsamer Spruch
- Aussage in kompakter Form
- mit dem Marken-Namen verbunden
- zentrales Versprechen
- kommuniziert das Alleinstellungs-Merkmal der Marke

→ **einzigartig sein** - mit der Marke



Erfolgsfaktor Slogan –

Die Kernbotschaft der Marke

→ **einzigartig sein** - mit der Marke

- Positionieren Sie Ihr Angebot eindeutig
- Verbessern Sie nachhaltig die Wahrnehmung
- Verankern Sie Ihre zentrale Botschaft



Erfolgsfaktor Slogan –

Die Kernbotschaft der Marke

→ Der Slogan ist die Kernbotschaft

- einfach
- ehrlich
- authentisch



Wie heißt der Slogan

Media Markt
Ich bin doch

**Ich bin doch
nicht blöd.**

2012

Das Ende des Preis-Irrsinns

Media Markt

Gut, daß wir verglichen haben.
1998 For Sale

Wir können nur billig.
2000 For Sale

Die Mutter aller Schnäppchen.
2003 For Sale

Kaufen. Marsch, Marsch!
2004 For Sale

Lasst Euch nicht verarschen!
2004 Kempertrautmann

200 x Media Markt, 200 x sparnünftiger.
2005 Kempertrautmann

Wir holen den Titel!
2005 Kempertrautmann

Bester Media Markt aller Zeiten.
2005 Kempertrautmann

Bester Fanausrüster.
2006 Kempertrautmann

Saubillig und noch viel mehr.
2006 Kempertrautmann



Wichtige Voraussetzungen.

Fach-Begriffe

- Marketing
- Marke
- **Marketing Mix**
- Produkt/Produktausstattung
Verpackung
- Preis (Kontrahierungsmix)
- Place (Vertriebswege/
Verkaufsort, POS)
- Promotion
(Kommunikation: Werbung/
VKF, PR, Social Media)

Marketing Mix

Marketing-Mix werden **Marketingstrategien** oder Marketingpläne in konkrete Aktionen umgesetzt (implementiert). Die vier klassischen Instrumente des Marketing-Mix sind die sogenannten vier „P“ – (englisch für): **P**roduct, **P**rice, **P**lace, **P**romotion. Dies entspricht im Deutschen der Produkt-, Preis- (bzw. Kontrahierungs-), Vertriebs- und Kommunikationspolitik

Quelle: wikipedia

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2012-03-05



Marketing Mix (- The 4 Ps -)

Product	Price	Place	Promotion
Product variety Quality Design Features Brand name Packaging Size Services Warranties Returns	List price Discounts Allowances Payment period Credit Terms	Channels Coverage Assortments Locations Inventory Transport	Sales promotion Advertising Sales force Public Relations (PR) Direct marketing

Customer value

Cost to the Consumer

Convenience

Communication

Source: Philip Kotler, Kotler on Marketing... (1999), p. 96

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05



Wichtige Voraussetzungen.

Fach-Begriffe

- Marketing
- Marke
- Marketing Mix
- Produkt/Produktausstattung
Verpackung
- Preis (Kontrahierungsmix)
- Place (Vertriebswege/
Verkaufsort, POS)
- Promotion
(Kommunikation: Werbung/
VKF, PR, Social Media)

Quelle: wikipedia

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

91



Einzigartigkeit → höhere Wertschöpfung

Der Konsument zahlt für 1.000 ml (1 Liter)

- | | |
|---------------------------------------|-----|
| ▪ Häagen-Dazs
Vanilla | 300 |
| ▪ Schöller Mövenpick
Creme Vanille | 130 |
| ▪ Vanille Eis | 100 |



Preisvergleich 2004, Durchschnittspreise LEH (stark gerundet) / Vanille Eis = Preisbasis 100

Die gezeigten Marken und Geschmacksmuster sind Eigentum der jeweiligen Rechte-Inhaber

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

92



CI: Corporate Identity

- Die Corporate Identity umfasst die gesamte Selbstdarstellung eines Unternehmens nach Außen und Innen.
- CI ist die nach außen und innen wirksame Persönlichkeit, Philosophie, Identität und Kultur eines Unternehmens.



CI: Corporate Identity

Maßnahmen / Anwendungen im CI-Konzept

- von der Visitenkarte bis zur Homepage
- von der Ladentür bis zum PKW
- vom Flyer bis zur Tageszeitungs-Anzeige
- von der Homepage bis zum TV-Spot



Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

95



Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

96



Copyright © 2011-2013 mehrWb3.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 97



Mode zum Rausputzen

Spontex Fashion Collection - die Schau am 3. Dezember

Es ist die Rezension schon so beliebt, dass wir uns in Putzmitteln fragen müssen? Dabei sind es die Kreationen der Hochschule für Angewandte Wissenschaften, die sich nicht nur als Modenschau, sondern auch als Performance präsentieren. Die Kreativität der Designerinnen ist dabei das zentrale Element. Die Kreativität der Designerinnen ist dabei das zentrale Element. Die Kreativität der Designerinnen ist dabei das zentrale Element.



Haushalts- handtücher mit ganz anders verwendet - als schmeck- case Cocktail- kleid, mit dem frau auftritt.

Rausgeputzt Modenschau im Hamburger Hof

Als Putzmittelhersteller bei uns ins Licht schafften will, muss sich schon etwas Besonderes erfinden lassen. Der Firma Spontex ist es gelungen in Zusammenarbeit mit der bekannten Fotografin Sibilla Pavenetti und Studenten der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (Armgarstraße) präsentiert die Firma ihre Produkte in einer außergewöhnlichen Mischung aus Modenschau und Tanz-Performance im Hamburger Hof. In den Hauptrollen: Storm Nova Meierhenrich und Olivia Jones, so Modelle sind zu sehen - vom Bikini aus den High Heels bis zum Abendkleid aus Fensterlichem. Die Kreationen wurden vom Starfotografen Cecil Arp für einen streng limitierten Jahreskalender fotografiert, den ihr bei uns gewinnen könnt.

3. Dezember, 14.00, 16.30, 17.30 und 18.30 Uhr, Hamburger Hof



Wettbewerb 2013/14
Hamburg per Verlust & Kalender, Karte oder E-Mail (Hamburg-per@hamburg-per.de) mit Name, Anschrift, Telefon und E-Mail-Adresse an die Redaktion. Einreichschluss: 3. Dezember



Copyright © 2011-2013 mehrWb3.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 98



PKW-Beschriftung





CI: Display / Aussenwerbung



CI: Geschäftsausstattung





Cross-Media

Dialog über alle Kanäle



Mehr Erfolg durch Cross Media

Einer Umfrage der Zeitschrift ONEtoONE zufolge, wird der Stellenwert der Crossmedialen Dialogkommunikation weiter steigen.

In Folge zunehmender Digitalisierung, ... rückt der Begriff Dialogmarketing nun wieder in den Fokus.

Quelle: T+R DIALOG MARKETING – Berlin – 20130507 - Newsletter

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM – Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

103



Webseite ?

Warum braucht man
heutzutage
eine Webseite ?

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM – Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

104



52 Mio

Heutzutage gehen bereits
52 Mio. in Deutschland
regelmäßig ins Internet.

Quelle: Google Erhebung 2011

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

105



97 %

Davon recherchieren
97 % online, bevor sie
ein Produkt kaufen oder
eine Dienstleistung
in Anspruch nehmen.

Quelle: Google Erhebung 2011

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05

106



60 %

Bei über 60 % des Umsatzes im Stationären Handel geht eine Informationssuche im Internet voraus.

Quelle: IFH Köln, „Kein Handel ohne Internet?!“ Pressemitteilung 2011-04-06
Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 107



47 %

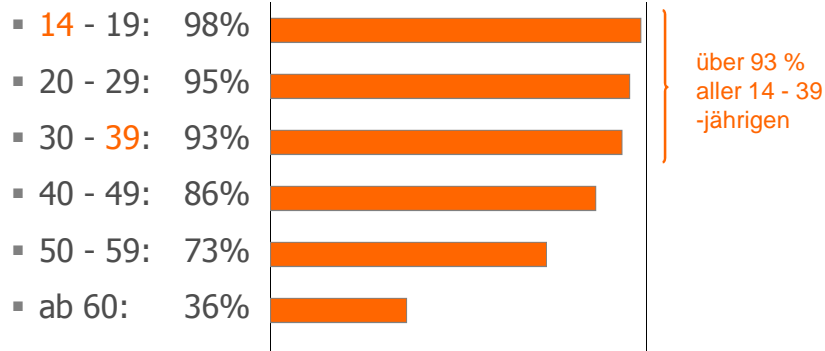
von 3.000 Befragten sagten aus, dass sie eher Produkte oder Dienstleistungen von Firmen in Anspruch nehmen, die im Internet vertreten sind

Quelle: IFH Köln, „Kein Handel ohne Internet?!“ Pressemitteilung 2011-04-06
Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05 108



Ist meine Zielgruppe „im Internet“?

Altersgruppen:

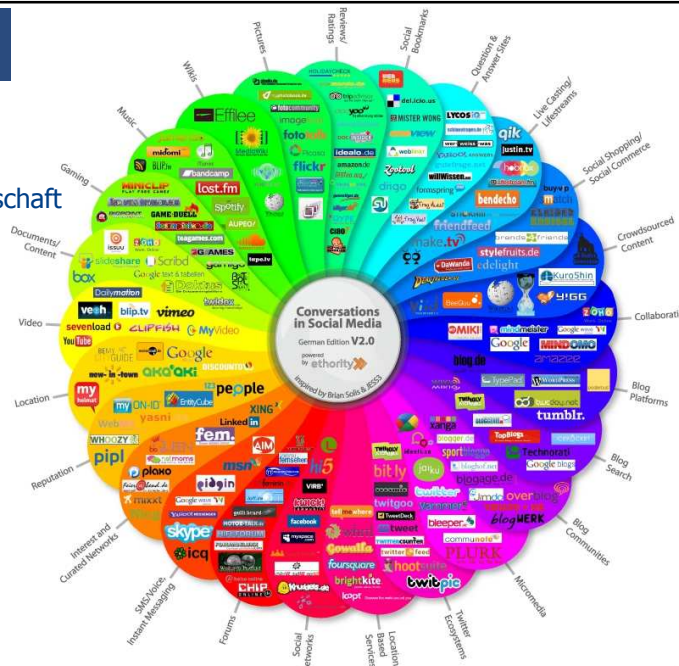


Quelle: Google/Ipsos Studie 2011

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05



Deutsche Social-Media-Landschaft



Quelle: eThority.de

Copyright © 2011-2013 mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing - Produktdefinition - ASM - Arbeitsgem. selbstständiger Migranten, Hamburg - 2013-11-05



Die wichtigsten sozialen Netzwerke.



Warum Sie ?

Ihre Webseite

- spart Zeit und
- ist Ihre Verkaufsmitarbeiterin
 - 24 h am Tag
 - 7 Tage die Woche



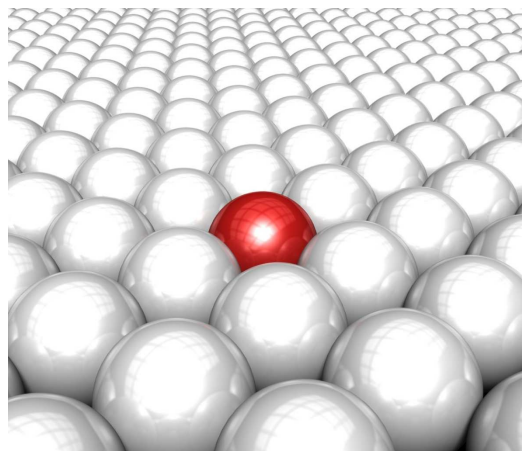
Warum Sie ?

Internet ist vergleichsweise günstig.

- Preise und
- Wirkungsdauer...



Ihr Unternehmen, Dienstleistung Produkt, muss herausstechen !





Vorgehensweise

Situation: Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebot)



Vorgehensweise

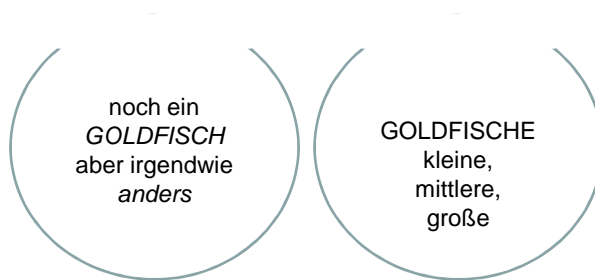
Situation: Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebot)





Vorgehensweise

Situation: Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebot)



Vorgehensweise

Situation: Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebot)



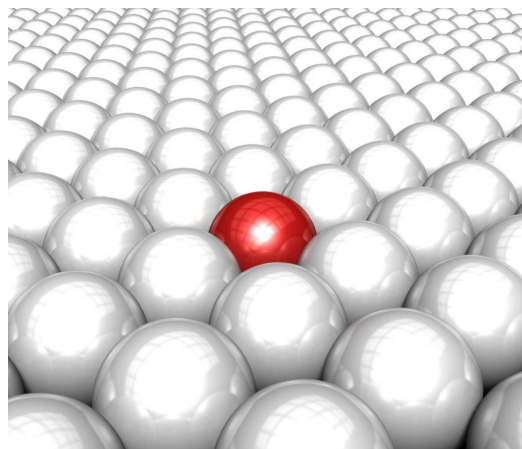


Vorgehensweise

Situation: Verbraucher, Wettbewerber, Marken (Angebot)



Ihr Unternehmen, Dienstleistung Produkt, muss herausstechen !





Inhalt / Thema / Ziel

- Welches Produkt / welche Dienstleistung biete ich an?
- Was ist daran besonders?
- Wie grenze ich mich vom Wettbewerb ab?
- Was zeichnet mein Produkt/ meine Dienstleistung aus?
- Wem biete ich damit einen besonderen Vorteil?
(Für wen mache ich das?)

Gerne gehen wir auf Wunsch auf Ihre Situation ein
Wir haben ausreichend Zeit für Fragen und Diskussion
Ende des offiziellen Teils 14:00 Uhr



Ihre besten Seiten.

mehrWEB.net



Veranstaltungen



Gründerwoche
Deutschland
18.-24. November 2013
www.gruenderwoche.de



Beratung - gratis

Montag, 18.11. bis Freitag 22.11. 2013 - *Gratis-Beratung*

Web-Marketing Beratung - Erfolgsfaktor Internet

Sprechen Sie direkt mit den Web-Marketing-Experten Rainer Kopitzki und Manfred W. Schoppe. **Stellen Sie Ihre persönlichen Fragen.** Und erfahren Sie mehr - z. B.:

- Wie wichtig ist das Internet für den Erfolg Ihrer Geschäftsidee?
- Wichtige Voraussetzungen für Ihr erfolgreiches Agieren
- Marketing und Markenführung – der Erfolgsfaktor auch im Internet

[» einfach Ihren Termin-Wunsch nennen »zur Anmeldung](#)



Veranstaltungen



Gründerwoche
Deutschland
18.-24. November 2013
www.gruenderwoche.de



Extra-Tages-Seminar- in Hamburg, **Kreuzweg 7** (in den Räumen der **AWO**)

Donnerstag, 05.12. um 10:00 - 16:00

Ihre neue Business-Webseite - zum "Mitnehmen"

- Schritt für Schritt erstellen Sie Ihre neue Business-Webseite selbst.
- Experten stehen Ihnen dabei zur Seite.
- Das im Workshop erstellte können Sie zuhause weiter ausarbeiten.

Nutzen Sie diese Gratis-Webseite von mehrWEB.net für Ihren Erfolg im Internet.
Das **Seminar ist kostenpflichtig**: 49,00 Euro pro Teilnehmer (bar, beim Seminar zu zahlen)
- Melden Sie sich verbindlich an. –
Hinweis: Gegen Gutschein von ASM e.V. ist die Teilnahme gratis.
Veranstalter ist ASM e.V. Hamburg (in den Räumen der AWO. Kreuzweg 7)
Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Also - gleich anmelden.

[» einfach anmelden » zum Kontakt-Formular](#)



Veranstaltungen



Gründerwoche
Deutschland
18.-24. November 2013
www.gruenderwoche.de



18. bis 24. November 2013 - Gründerwoche Deutschland 2013

Veranstaltungen und Beratung - gratis

Mit **kostenlosen Veranstaltungen** und **Gratis-Angeboten** für Gründungswillige, Gründer und junge Unternehmen zur Gründerwoche Deutschland engagiert sich **mehrWEB.net** - Agentur für Web-Marketing erneut.

Ihre Referenten und Gesprächspartner sind die Web-Marketing Experten Rainer Kopitzki und Manfred W. Schoppe, Geschäftsführende Gesellschafter von mehrWEB.net - Agentur für Web-Marketing in Hamburg.



mehrWeb.net
webt.wirkt.verkauft



mehrWEB.net UG (haftungsbeschränkt)
Agentur für Web-Marketing
Lerchenstraße 28
22767 Hamburg
www.mehrWEB.net

Partner der



Gründerwoche
Deutschland
www.gruenderwoche.de

in Kooperation mit:



Brand Improvement
Agentur für Marketing Werbung PR
Lerchenstraße 28, 22767 Hamburg
www.brandimprovement.de



MWS Consulting UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG
Die Unternehmensberatung für Marketing, Markenführung, Führung
Hammeweg 19, 27412 Tarmstedt
www.mws-consulting.de



Urheberrecht:

Alle auf diesen Seiten verwendete Texte, Bilder, Animationen, Grafiken, sowie die Gestaltung und das Layout der Seiten unterliegen urheberrechtlichem Schutz.

In dieser Präsentation gezeigte und genannte oder zitierte Marken, Slogans, Zeichen und Abbildungen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber. Aus der Verwendung als Beispiele oder Zitat kann nicht abgeleitet werden, dass diese frei verwendbar wären.

mehrWEB.net verbundene Namen und Zeichen (z.B. Smile) sind Marken von mehrWEB.net UG (haftungsbeschränkt) - Agentur für Web-Marketing, MWS Consulting, spitz rein, die entsprechenden Logos mit und ohne Schriftzug MWS Consulting sind eingetragene Marken von Manfred W. Schoppe.



mehrWEB.net UG (haftungsbeschränkt)
Agentur für Web-Marketing

Lerchenweg 28
22767 Hamburg

www.mehrWEB.net

