

M 112

business lounge

Gemeinsame Messezeitung der Unternehmen DasMarketingBüro® und Christu.Design zur Messe i+e 2007 in Freiburg



Kontakten Sie doch einfach!

Aber bitte ganz ungezwungen
und entspannt.

Neue Ideen entwickeln, interessante Leute treffen, mit Experten diskutieren – das ist das Angebot von Christu.Design und DasMarketingBüro® zur i+e 2007.

Machen Sie es sich in der **i+e business lounge** auf dem **Messestand M112** bequem und lassen Sie sich inspirieren von interessanten Menschen und spannenden Themen und das alles in lockerer Atmosphäre.

Die business lounge ist ein exklusives Forum für alle, die neue Wege in der Unternehmenskommunikation finden und geschäftliche Kontakte knüpfen wollen. In entspannter und ungezwungener Atmosphäre treffen sich hier **Entscheider zum Erfahrungs- und Gedankenaustausch.**

Experten stellen in kurzen **Impulsvorträgen** Konzepte und Lösungen aus unterschiedlichen Bereichen der Unternehmenskommunikation vor, die anschließend in der Teilnehmerrunde anhand von **Erfahrungen aus der Praxis** diskutiert werden.



*i+e business lounge –
Kontakten in ungezwungener Atmosphäre.
Bitte nehmen Sie Platz!*

S U D O K U Gewinnspiel Seite 4

willkommen in der business lounge



| themen und termine* | experten | Do. 25.01. | Fr. 26.01. | Sa. 27.01. |
|--|-------------------------------------|------------|------------|------------|
| Mit Erfolg zum neuen Auftrag! Die vier Schritte erfolgreicher Auftragsakquisition. | Markus Gschwind | 17.00 Uhr | 11.30 Uhr | – |
| Seien Sie einzig – nicht artig! Erfolgreich mit markantem Profil und klarer Strategie. | Markus Gschwind | 11.30 Uhr | 13.30 Uhr | 13.30 Uhr |
| Der richtige Dreh – wie Sie mit bewegten Bildern Kunden gewinnen. | Prof. Dr. Heiner Behring | – | – | 15.30 Uhr |
| Besseres Image und mehr Aufträge mit dem eigenen Kundenmagazin. | Markus Gschwind Christian Studer | 13.30 Uhr | 15.30 Uhr | 10.00 Uhr |
| Corporate Design – Differenzierung mit unverwechselbarem Erscheinungsbild. | Christian Studer | 15.30 Uhr | 10.00 Uhr | 11.30 Uhr |

* Termin- und Themenänderungen vorbehalten. Bitte informieren Sie sich am jeweiligen Messetag an unserem Stand M112 über das aktuelle Tagesprogramm.

Cross-Media – die intelligente Alternative zum Gießkannenprinzip

Um heute im Informationswettbewerb bestehen zu können, sind multimediale Konzepte gefragt. Intelligentes Cross-Media zielt darauf ab, einzelne Instrumente geschickt miteinander zu verbinden, um Synergie-Effekte und Finanzmittel optimal zu nutzen.



*Es ist nicht entscheidend,
was Sie sagen, sondern
was der Kunde versteht.*



Zitat nach Vera F. Birkenbihl, Psychologin,
Managementtrainerin und Sachbuchautorin

Wenn die Informationsangebote ins Unermessliche steigen und die Produkte immer vergleichbarer werden, ist es kaum mehr möglich, mit Einzelmaßnahmen Aufmerksamkeit zu erregen, geschweige denn im großen Stil Interessentenanfragen auszulösen. Anbieter von Investitionsgütern stehen heute bereits stärker in einem Kommunikationswettbewerb als in einem Produktwettbewerb.

Um auch in der Zukunft wirtschaftlich erfolgreich und gleichzeitig kostenbewusst handeln zu können, werden intelligente Konzepte benötigt, welche die einzelnen Kommunikationsmaßnahmen optimal miteinander verbinden. Ziel sollte es dabei sein, Imagewerbung, Verkaufsförderung, Internet, Pressearbeit etc. so miteinander zu verbinden,

dass ein wirkungsvoller Gesamtauftritt entsteht. Vorteil einer solchen Methodik ist, dass nachweislich bessere Ergebnisse erzielt werden als mit isolierten Einzelaktionen. Darüber hinaus können limitierte Budgets effizienter genutzt werden.

Cross-Media ist dabei keineswegs ein Privileg von Konzernen. Auch Mittelständler können die Prinzipien erfolgreich für sich nutzen, wie das Beispiel BUT Blech- und Tortechnik zeigt. Ursprünglich ausgelöst durch einen geplanten Messeauftritt, wurden sämtliche vorhandenen Instrumente grundlegend überarbeitet und um weitere ergänzt. Kern der neuen Kommunikationsmittel ist eine Multimedia-CD, die einen Imagefilm, eine Unternehmenspräsentation

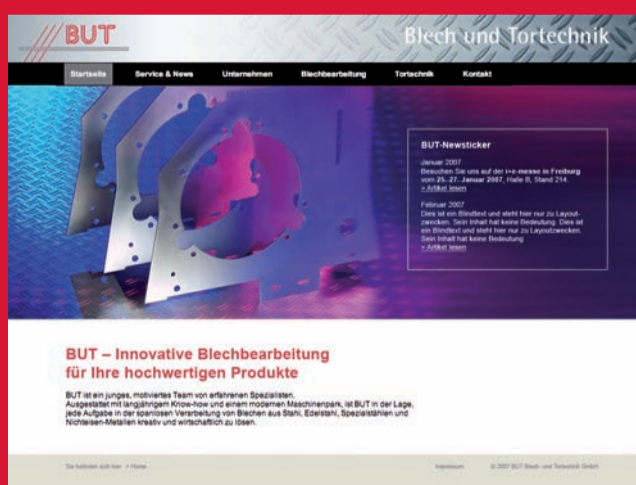
sowie eine Produktschau enthält. Sämtliche Medien wurden so konzipiert, dass sie nicht nur „offline“, sondern auch „online“, also über das Internet, eingesetzt werden können. Im Zuge dieses Relaunches wurde auch der Internetauftritt komplett neu gestaltet.

Die Multimedia-Präsentation wird zusammen mit einem Imageflyer, der gleichzeitig als Trägermedium für die CD-Rom dient, an Interessenten ausgehändigt oder verschickt. Das Kommunikations-Mix wurde durch eine Direktmarketing-Aktion sowie durch zeitgleiche PR-Maßnahmen komplettiert.

Erst durch die intelligente Verzahnung der verschiedenen Medien lassen sich Multiplikator-Effekte erzielen.



Referenz // Cross-Media-Kampagne eines mittelständischen Industrieunternehmens



BUT Blech- und Tortechnik GmbH
Branche: Blechbearbeitung
Firmensitz: Lahr/Schwarzwald
Gründung: Oktober 1999
Umsatz: 3,8 Mio EUR
Mitarbeiter: 35

Auf der komplett relaunchten Website sind neben Film, Präsentation und Diaschau viele weitere Informationen zum Unternehmen zu finden.

Imagebroschüre als Informations- und Trägermedium für die beliebige Multimedia-CD-Rom.

Multimedia-CD mit Imagefilm zum Leistungsangebot, einer Präsentation zum Unternehmen und einer Diaschau mit aktuellen Produkten.

im Gespräch

Der Film – das lebendigste Marketinginstrument

Das bewegte Bild ist ein hervorragendes Medium, um die Produkte oder Dienstleistungen eines Unternehmens überzeugend in Szene zu setzen. Durch die neuen Medien kann der Film auf vielfältige Weise eingesetzt werden und wird so auch für den Mittelstand zum attraktiven Marketinginstrument.

Emotionen zu wecken ist längst auch ein Thema im Marketing für Investitionsgüter und Dienstleistungen. Nicht in erster Linie die Vermittlung nüchterner Fakten sorgt für Interesse. Der Kunde will vielmehr Produkt und Leistung vor dem Kauf erleben, er will eine sinnliche Vorstellung davon bekommen. Der Film als Marketinginstrument ist in besonderer Weise dazu geeignet, Spannung zu erzeugen und Emotionen zu wecken. Denn durch ihn werden mehrere Sinneskanäle angesprochen. „Besonders die Kombination visueller und auditiver Reize verstärkt das gefühlsmäßige Empfinden“, weiß Film-Professor und Regisseur Heiner Behring.

Emotionen, die sich positiv auf die Kaufentscheidung auswirken sollen, egal ob beim Endverbraucher oder beim gewerblichen Kunden.

Ob Image-, Produkt- oder Trainingsfilm, die moderne Technik macht es möglich, die Filmproduktion multimedial einzusetzen: als Messe- und Eventpräsentation, zur Unterstützung im persönlichen Verkaufsgespräch, als CD im Direktmarketing oder zur Erstinformation im Internet.

Treffen Sie Prof. Dr. Heiner Behring in der i+e business lounge und diskutieren Sie mit ihm „Wie Sie mit bewegten Bildern Kunden gewinnen“.



SUDOKU Gewinnspiel Seite 4

Wenn Sie das SUDOKU-Rätsel auf Seite 4 richtig lösen, winkt Ihnen als Preis eine DVD der Filmdokumentation: „Doping im Weinkeller“ von Prof. Dr. Heiner Behring.

„Die Kundenzeitung ist ideal zur Aktivierung und Bindung.“

HÖRTNER & FISCHER, Lüftungs- und Klimatechnik, ist ein Handwerksunternehmen mit 25 Mitarbeitern in Konstanz. Schon seit vier Jahren gibt es die Kundenzeitung „KlimaJournal“, die zweimal jährlich erscheint. Christian Eger ist geschäftsführender Gesellschafter der HÖRTNER & FISCHER Unternehmensgruppe.



Herr Eger, was hat Sie dazu veranlasst, eine Kundenzeitung aufzulegen?

Ich wollte einfach ein Instrument haben, mit dem ich unsere Kunden regelmäßig darüber informieren kann, was wir machen. Denn wir haben ein Problem: installieren wir heute eine neue Anlage, kommt der gleiche Kunde vielleicht erst in zehn Jahren wieder, wenn eine Reparatur ansteht oder die Anlage ersetzt werden muss. Ich wollte uns regelmäßig und in kürzeren Abständen beim Kunden in Erinnerung bringen.

Wie waren die Reaktionen Ihrer Kunden, und haben Sie Rückmeldungen bekommen?

Die Reaktionen waren durchweg sehr positiv. Es gab sogar Kunden, die uns spontan anrufen oder ein Fax geschickt haben, um uns zu beglückwünschen. Viele waren

doch verblüfft, dass wir so etwas machen. Mich hat angenehm überrascht, dass viele Kunden durch unsere Zeitung erst richtig darauf aufmerksam wurden, was wir alles anbieten.

Anerkennung und Lob sind natürlich immer erfreulich. Gab es durch den Newsletter denn auch neue Aufträge?

Eines der Hauptziele war, Altkunden zu reaktivieren. Wenn ich jetzt Bilanz ziehe, kann ich sagen: es hat wirklich funktioniert. Es gab einige Kunden, die wiedergekommen sind, und ich konnte positiv feststellen: die Kundenzeitung ist tatsächlich ein Kundenaktivierungs- und -bindungsinstrument.

Ist es nicht immens aufwendig, zweimal im Jahr einen sechsseitigen Newsletter zusammenzustellen?

Es hat sich bestens eingespielt. Die Mitarbeiter ziehen nicht nur gut mit, sie wurden auch von vornherein stark eingebunden. Alle gestalten aktiv mit, und zwar vom Redaktionsplan über das Texten bis hin zur Druckabwicklung.

Referenz // Kundenzeitung eines mittelständischen Handwerks- und Serviceunternehmens



Das „KlimaJournal“ ist der gemeinsame Kunden-Newsletter der Firma HÖRTNER & FISCHER GmbH und der H&F Kundendienst- und Service GmbH.

Im Frühjahr 2003 wurde mit einem Vier-seiter gestartet. Inzwischen ist das „KlimaJournal“ auf sechs Seiten gewachsen.

Seit Herbst 2006 gibt es ein Schwester-magazin – das „KlimaWelt Journal“ des Schweizer Tochterunternehmens.

HÖRTNER & FISCHER Gruppe
Branche: Lüftungs- und Klimatechnik
Firmensitz: Konstanz
Gründung: 1974
Umsatz: 2 Mio. EUR
Mitarbeiter: 25

Strategie
trifft Design

Das Marketing Büro®



CHRISTU.DESIGN



Dem Wettbewerb einen Schritt voraus

Erfolgreich am Markt ist, wer Wettbewerbsvorteile „verkaufen“ kann. Doch das ist einfacher gesagt als getan. Was sind denn die speziellen Vorteile des eigenen Angebots, worin liegt der besondere Nutzen für den Kunden und was ist der Mehrwert unserer Leistungen? Schön, wenn Sie diese strategischen Fragen geklärt haben, dann sind Sie schon einen großen Schritt vorangekommen. Aber noch nicht am Ziel, denn jetzt geht es darum, die Wettbewerbsvorteile sichtbar und begreifbar zu machen – und das möglichst einfach, prägnant und eindrücklich für den Kunden.

Sprechen wir jetzt einmal von unseren Wettbewerbsvorteilen – denen von DasMarketingBüro® und Christu.Design. Unser Geschäft ist es, die Wettbewerbsvorteile unserer Kunden konzeptionell zu erarbeiten und sichtbar zu machen.

Sprechen wir darüber – in der i+e business lounge auf unserem Messestand M112 in Freiburg vom 25.–27.01.2007

Markus Gschwind
Diplom-Volkswirt

Christian Studer
Grafik-Designer AGD

Kernkompetenzen

- Beratung zur Marketingstrategie und Marketingpraxis
- Management komplexer Projekte
- Konzeption und Durchführung von PR-Maßnahmen
- Schulung und Training in Marketing und Kommunikation

Kernkompetenzen

- Grafische Entwicklung und Betreuung von Corporate Designs
- Konzeption und Realisierung zielgruppenorientierter Werbekampagnen
- Management von Print- und Online-Produktionen

Das Marketing Büro®

Schützenstraße 32
77933 Lahr
Telefon 07821 / 993399
Telefax 07821 / 993398
info@dasmakingbuero.de
www.dasmakingbuero.de

CHRISTU.DESIGN

Okenstraße 57
77652 Offenburg
Telefon 0781 / 96640-0
Telefax 0781 / 96640-40
info@christu-design.de
www.christu-design.de

S U D O K U Gewinnspiel

Beim Sudoku wird das quadratische Spielfeld aus 81 Kästchen so mit Ziffern von 1 bis 9 gefüllt, dass

- in jeder Zeile
- in jeder Spalte
- in jedem dick umrandeten 3x3 Quadrat jede Ziffer genau einmal vorkommt. Das Rätsel ist so vorgegeben, dass nur eine Lösung richtig sein kann.

Wenn Sie das SUDOKU richtig lösen, winkt Ihnen als Preis* eine DVD der Filmdokumentation: „Doping im Weinkeller“ von Prof. Dr. Heiner Behring. Und jetzt viel Spaß beim Rätseln!



Doping im Weinkeller.
Wieviel Chemie verträgt der Wein?

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | | | | | | | | 7 |
| | | 1 | 7 | 2 | 3 | 8 | | |
| | 7 | | | | | | | 9 |
| | 9 | | 8 | | 6 | | 5 | |
| | 4 | | | | | | 1 | |
| | 3 | | 9 | | 7 | | 2 | |
| | 1 | | | | | | | 7 |
| | | 3 | 6 | 5 | 1 | 4 | | |
| 8 | | | | | | | | 2 |

IMPRESSUM

Die Zeitung BUSINESS LOUNGE ist die gemeinsame Messezeitung der Unternehmen DasMarketingBüro® und CHRISTU.DESIGN zur i+e 2007.

Gemeinsame Herausgeber und VisdP:

DasMarketingBüro®
Dipl.-Vw. Markus Gschwind
D-77933 Lahr
www.dasmakingbuero.de

CHRISTU.DESIGN
Christian Studer
D-77652 Offenburg
www.christu-design.de

Bitte vollständig ausfüllen und am i+e messestand M112 vom 25.-27.01.2007 abgeben.

Name

Firma

Anschrift

E-Mail

M112

business lounge

* Preisausgabe am i+e Messestand M112 bei DasMarketingBüro® und Christu.Design. Solange Vorrat reicht. Irrtümer und Änderungen vorbehalten.