

Bernd Röthlingshöfer

Wer macht eigentlich ...  
WERBUNG  
FÜR KLEINE BUDGETS?

*Ausgabe 2007*

*Das Adressbuch für  
Existenzgründer,  
kleine und mittlere  
Unternehmen!*

*über 50 Adressen für Ihren Erfolg. Agenturen, Berater, Freelancer, Grafik-Designer, PR-Berater, Webdesigner oder Werbetexter und andere Macher präsentieren sich.*

# Inhaltsübersicht

---

- *Vorwort*
- *Web 2.0 : Das Mitmach-Web*  
*Um im Mitmach-Web erfolgreich zu sein, braucht es kein großes Budget*
- *Werben Sie einfach mit Ihrem guten Namen!*
- *Guter Rat ist kostenlos! Die interessantesten Weblogs rund um Werbung, PR und Marketing*
- *Der Ratgeber „Werbung mit kleinem Budget“ – eine Inhaltsübersicht*
- *Barrierefreiheit – Nutzen Sie sie!*
- *Die Macher: Über 50 gute Adressen für Ihren Erfolg*
- *Hier geht's weiter: Noch mehr kostenlose Downloads und Leseproben*
- *Danksagung*

# Vorwort



*Dies ist bereits die 3. Auflage dieses Buches. Als ich 2004 damit anfang, dieses Adressbuch zusammenzustellen, war es ein kleiner, gut gemeinter Versuch, Unternehmern mit kleinen Werbebudgets zu den passenden Dienstleistern zu verhelfen. Und natürlich ein ebenso kleiner, gut gemeinter Versuch, meinem Buch „Werbung mit kleinem Budget“ zu ein bisschen mehr Aufmerksamkeit zu verhelfen.*

*Das schlug ein.*

*Mehr als 250.000-mal wurde dieser Ratgeber inzwischen von meiner Website heruntergeladen. Wie oft Sie, lieber Leser, ihn weitergeleitet haben oder wie oft er von Ihrer Website angefordert wurde – das wissen nur Sie allein.*

*Downloads sind das eine. Aber was nützt es den eingetragenen Firmen, die damit Kontakte zu neuen Auftraggebern suchen? Und was nützt es den Lesern, die einen passenden Dienstleister wollen? Glücklicherweise meldeten sich einige Leser aus beiden Lagern bei mir. „Ich habe meine Agentur durch Ihr Buch gefunden.“ Oder: „Mein größter Einzelauftrag bisher kam durch das Buch zustande.“*

*Sind das Einzelfälle? Mag sein. Aber jede einzelne Geschäftsanbahnung, jeder einzelne Kontakt, den das Buch vermitteln hilft, ist wertvoll. Und das Kosten-Nutzen-Verhältnis ist unschlagbar. Weder die Anbieter, noch die Nachfrager zahlen irgendetwas dafür, dass Sie dank dieser Buchseiten zusammenkommen.*

*Dieses Buch ist ausschließlich online und nur kostenlos erhältlich. Jede in diesem Buch vertretene Firma oder Person hat das uneingeschränkte Recht das Buch zu nutzen, zu speichern, auszudrucken und weiterzugeben oder den Link zum Download in gedruckter oder elektronischer Form zu veröffentlichen.*

# Vorwort

---

*Jeder, der das Buch in die Finger oder auf den Bildschirm bekommt, darf das Gleiche tun.*

*Nutzen Sie es!*

*Viel Erfolg und viel Gewinn beim Lesen wünscht Ihnen*

*Bernd Röthlingshöfer*

# Web 2.0 : Das Mitmach-Web

## Um im Mitmach-Web erfolgreich zu sein, braucht es kein großes Budget

*Web 2.0 – Social Commerce, Social Shopping, Open Source-Marketing – hinter den Modebegriffen die derzeit wie Beschwörungsformeln auf unzähligen Kongressen die Runde machen, verbirgt sich etwa ganz Simple: Die Tatsache, dass Verbraucher, Konsumenten, Käufer – also auch Ihre Kunden – endlich auch mal zu Wort kommen. Sie nutzen das Internet, um Ihre eigene Meinung veröffentlichen zu können.*

*Welche Bücher, Staubsauger oder Rasierapparate empfehlenswert sind, erfahren Sie auf Amazon. Welche Professoren einen spannenden Unterricht machen, erfahren Sie auf meinprof.de. Welche Handwerker einen guten Ruf haben, liest man bei Qype. Und wo die hübschesten Mädels kellnern, verrät man Ihnen in der Studentencommunity StudiVZ.*

*Wo immer über Ihr Unternehmen geredet wird, sollten Sie eigentlich dabei sein. Aber nur wenige Unternehmen tun das, was jetzt dringend angesagt ist:*

- 1. Lesen Sie.** *Bringen Sie in Erfahrung, was Kunden über Ihre Produkte und Dienstleistungen oder die Ihrer Wettbewerber sagen. Dazu reicht einfaches Mitlesen. Erfahren Sie, wie Ihr Service bewertet wird. Beauftragen Sie eine Person in Ihrem Unternehmen, täglich das Web nach Äußerungen zu durchsuchen, die Sie betreffen.*
- 2. Reagieren Sie.** *Greifen Sie Kritik auf. Erklären Sie, warum es zu Fehlern und Pannen kommen konnte. Schaffen Sie Abhilfe. Entschuldigen Sie sich. Stellen Sie frustrierte Kunden wieder zufrieden. Die Art und Weise wie Sie einen Fehler wiedergutmachen, kann so überzeugend sein, dass Sie einen Kritiker zum Fan wandeln können.*
- 3. Agieren Sie.** *Laden Sie Ihre Kunden selbst zum Mitmachen ein. Der einfach-*

# Web 2.0 : Das Mitmach-Web

---

*ste Weg in das Mitmach-Web einzusteigen ist, selbst ein Weblog zu starten. Besser als lange theoretische Abhandlungen zeigt es Ihnen Tag für Tag wie es um Ihre Kommunikationskompetenz bestellt ist: Werden Ihre Beiträge gelesen? Werden Sie in anderen Blogs zitiert? Werden Sie kommentiert? Nichts zeigt Ihnen besser als der Live Test mittels Blog, ob Ihr Unternehmen und seine Produkte „bemerkenenswert“ sind oder nicht. Bloggen ist Ihr Lackmus-Test!*

**4. Fragen Sie.** *Die erfolgreichsten Businessblogs in Deutschland, z. B. das Frosta Blog oder die Saftblogger, fragen ihre Kunden sehr häufig: Was halten Sie von dieser Werbemaßnahme? Welcher Jingle gefällt Ihnen besser? Was soll alles auf der Packung stehen?*

# Werben Sie einfach mit Ihrem guten Namen

„Werben Sie einfach mit Ihrem guten Namen“, heißt es bei American Express. Bloß: Was ist ein guter Name? Dass Ihr Geschäft/Ihr Produkt/Ihr Service einen Namen braucht, ist unbestritten. Aber den wenigsten scheint klar zu sein, wie dringend man einen guten Namen braucht. Hunderttausende von Unternehmen bewerben sich allein auf dem deutschen Markt um die Gunst ihrer potenziellen Kunden. Reden wir mal gar nicht von den 30.000 Marken, die sich in Supermarktregalen, auf Kleiderbügeln oder auf Deutschlands Straßen mit professionellsten Methoden um Aufmerksamkeit bewerben. Als Unternehmensgründer werden Sie schnell bemerken, dass Sie einen guten Namen brauchen. Wenn Sie ein Ladengeschäft betreiben, werden Sie schon bald mit einem beleuchteten Werbeschild rund um die Uhr auf sich aufmerksam machen. Wenn die neuen Telefonbücher rauskommen, wollen Sie im Branchenverzeichnis vertreten sein. Und im Internet brauchen Sie einen Namen, der noch nicht belegt ist, auch wenn schon abertausende Namen reserviert sind.

Warum sage ich das alles? Weil ich denke, dass die Notwendigkeit eines einprägsamen, einfallsreichen, eindeutigen Namens von vielen unterschätzt wird.

Einen guten Namen brauchen Sie aus folgenden Gründen:

- **Damit man Sie wahrnehmen kann:** Als Müller oder Schulze ist es schwerer, sich von der Masse abzuheben. Deshalb steht vor einer Pop-Karriere meist ein Künstlername. Im Geschäftsleben ist es genauso. Ein abgenutzter unauffälliger Name ist nicht gut genug für Ihre Businesspläne.
- **Damit man Sie unterscheiden kann:** Eine Amsel ist kein Flamingo und ein Sperling nun mal kein Adler. Woran man unschwer merkt, dass ein Name auch eine Menge positiver Vorstellungen hervorrufen kann, die Ihnen helfen, sich von Wettbewerbern abzugrenzen.

# Werben Sie einfach mit Ihrem guten Namen

- **Damit man Sie weiterempfehlen kann:** „Hm. Da war ich neulich in einem Geschäft, da an der Ecke Schlossallee/Parkstraße. Irgendwo links. Wie es hieß, fällt mir beim besten Willen nicht mehr ein.“ Wenn man so über Sie redet, werden Sie schwerlich auf Mund-zu-Mund-Propaganda bauen können.
- **Damit Ihre Werbung wirken kann:** Von der Werbeanzeige in der örtlichen Tageszeitung bis zu Ihrem Geschäft ist es ein weiter Weg. Ans Ziel findet nur der Kunde, der sich Ihren Namen merken kann. Und auch erst dann fügen sich Ihre Investitionen vom Mailing, über Anzeige, vom Telefonbucheintrag bis zum Tür- oder Namensschild zu einer wirksamen Werbestrategie zusammen.

## Klingt gut = ist gut? Oder: Was einen guten Namen auszeichnet

Man könnte lange darüber philosophieren, was einen guten Namen auszeichnet. Tun wir aber nicht. Wenn Ihr neuer Name die folgenden sieben Kriterien erfüllt, behalten Sie ihn:

### 1. Er muss Ihr Unternehmen von anderen unterscheiden:

Hüten Sie sich auf jeden Fall davor, wie jemand anders zu heißen und vermeiden Sie darüber hinaus auch jede Ähnlichkeit mit Ihrem Wettbewerber. Es sei denn, es ist Ihr Business, diesen Wettbewerber nachzuahmen. Soeben habe ich unter dem Stichwort „Impuls“ beim „Googeln“ 137.000 Treffer erzielt. Wer so heißt, hat es schwer, im Internet überhaupt gefunden zu werden. Unter dem Namen „Impuls“ firmieren beispielsweise: ein Hundehotel, ein Fitnesscenter, mehrere Unternehmensberater, ein Dutzend Werbeagenturen, ein Einbauküchenhersteller, eine Akademie, ein paar IT-Firmen, eine Theatergruppe und eine private Krankenversicherung.

# Werben Sie einfach mit Ihrem guten Namen

## **2. Er muss leicht zu merken sein:**

*Jedes Kind sollte ihn sich merken können. Aber bitte stellen Sie auch an Vorstandsvorsitzende keine höheren geistigen Anforderungen. Schließlich wollen Sie es Ihren Kunden so leicht wie möglich machen, sich an Sie zu erinnern. Wenn Sie meinen, Ihr Name sei doch recht einfach, erzählen Sie ihn im Freundeskreis mal weiter. Wenn ihn nach drei Tagen keiner mehr weiß, war er nicht gut genug.*

## **3. Er muss leicht zu sprechen sein:**

*Eigentlich selbstverständlich. Aber auch wenn Sie selbst ein Fremdsprachengenie sind, sollten Sie bedenken, dass nicht jeder mit englisch oder französisch klingenden Namen zurechtkommt. Und am schlimmsten sind die Namen, von denen man erst gar nicht weiß, wie man sie spricht.*

## **4. Er muss positive Gefühle wecken:**

*Gefühle sind so vielfältig wie die Menschen selbst. Und dennoch gibt es ein paar Grundregeln, die im deutschen Sprachraum gelten, was den Klang von Silben und Vokalen angeht. Sprechen Sie sich Ihren neuen Namen einmal vor. Dunkle Vokale wie a, o, u werden als beruhigend und Vertrauen erweckend wahrgenommen. Helle Laute sind aggressiver und dynamischer. Harte Konsonanten wie t, p, k, das Doppel-S, werden auch mit dem Begriff hart assoziiert. Also wird ein Entspannungstee kaum Ajax heißen. Bevor Sie sich aufs schwierige Terrain der Lautmalerei wagen, probieren Sie es, positive Gefühle zu wecken, indem Sie positiv besetzte Begriffe in Ihrem Namen verwenden. So wie Landleibe, Burgenstolz, Rotkäppchen, Merci und andere es vorgemacht haben.*

## **5. Er muss die richtigen Gefühle wecken:**

*Machen Sie auch hier den Test im Freundeskreis mit der einfachen Frage: Was stellst du dir unter diesem Namen vor? Klingt er nach Erfolg, nach Sicherheit, nach Vertrauen, nach Zukunft? Nach Fitness, Wohlfühlen, Urlaub oder Entspannung? Wenn Sie es ganz gut machen wollen, erfassen Sie die Assoziationen auf einer*

# Werben Sie einfach mit Ihrem guten Namen

*Gefühlsmatrix. Das geht ganz einfach. Sie wählen 5 bis 10 Adjektive und stellen diese ihrem Gegenstück gegenüber, also alt-jung, schnell-langsam, sicher-riskant, aufregend-beruhigend, zart-hart, innovativ-altbekannt, ungewohnt-vertraut. Verbinden Sie diese Adjektive mit einer Skala von 1 bis 6 und lassen Sie Ihre Testpersonen ankreuzen, ob der Name mehr die eine oder andere Eigenschaft ausdrückt. So entsteht ein Psychogramm Ihres Namens, das Ihnen zeigt, welche Gefühle er weckt und wo er völlig neutral wirkt. Dann stellen Sie sich jetzt die nächste Frage: Passen die erzeugten Gefühle überhaupt zur Geschäftsidee?*

## **6. Er muss zur Zielgruppe passen:**

*Für diesen Test haben Sie vielleicht die falschen Freunde. Ihre Freunde sind über 30 und Sie möchten mit einem Shop für Handyklingeltöne starten? Fragen Sie lieber Schüler/innen! Denn beim Zielgruppentest gilt eines: die besten Informationen erhalten Sie von Ihren potenziellen Kunden. Und wenn Sie Serviceleistungen für Senioren anbieten, testen Sie Ihren Namen eben im Altersheim oder auf der Parkbank.*

## **7. Er muss kurz sein:**

*Packen Sie in Ihren Namen bloß nicht zu viel rein. Beschränken Sie ihn auf maximal drei Silben. Oder acht Buchstaben. Und selbst dann kann er noch zu lang sein. Kurze Namen erfüllen die oben genannten Kriterien hinsichtlich Wahrnehmungs- und Merkfähigkeit viel leichter als Wortungetüme. Kurze Namen lassen sich größer und damit lesbarer und auffälliger gestalten. Sie werden es zu schätzen wissen, wenn Sie beginnen Visitenkarten, Werbeschilder und Briefbögen zu gestalten.*

## **Profitipp:**

**Wenn Ihr Name international verwendet werden soll, gehen Sie am besten zum Profi. Denn dieser Name muss nicht nur zu Ihrem Unternehmen passen, er muss die genannten Anforderungen auf allen Märkten und in allen Sprachen erfüllen. Selbst eine so harmlose Bezeichnung wie MR2 , der Name für ein Automodell von**

# Werben Sie einfach mit Ihrem guten Namen

Toyota, kann tabu sein. So klingt diese Buchstabenkombination im Französischen exakt wie das französische Wort „merde“ – zu deutsch „Scheiße“.

Leseprobe aus:



*Bernd Röthlingshöfer*

*Werbung mit kleinem Budget*

*Broschiert - 220 Seiten - Beck Juristischer Verlag*

*ISBN: 3423508760.*

*Bei AMAZON bestellen.*

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3423508760/morebraiknowh-21>

# Guter Rat ist kostenlos!

Die interessantesten Weblogs rund um Werbung, PR und Marketing

*Da hat sich aber viel getan. Als ich in der ersten Auflage dieses Buches ein paar Blogs zu Marketing- und Werbethemen zusammenstellen wollte, war ich froh, gerade mal ein dutzend deutschsprachige Weblogs zu diesen Themen zusammenzubekommen.*

*Inzwischen kommt man schon in einem Schnelldurchlauf auf 40 bis 100 Blogs zum Thema. Oft wird die Frage gestellt: Wer ist der Wichtigste? Eine doofe Frage, wie ich finde. Denn es gibt keinen Wichtigen – jeder soll die Blogs finden, die zu seinen Interessen am besten passen. Genau das ist das Wunderbare an der Blogwelt – sie wächst und gedeiht an allen Ecken und Enden. Und hält für jeden etwas bereit. Wenn ich Ihnen jetzt ein paar Blogs genauer vorstelle, dann sind das nicht unbedingt die, die Sie gelesen haben müssen, sondern die, die ich besonders gerne lese.*

**Best-Practice-Business.de** <http://www.best-practice-business.de/blog>

*Eigentlich gar kein Werbeblog, sondern eine überaus vielfältige Fundgrube an Ideen aus Business, Marketing, Geschäftsführung, Management, Werbung, Mundpropaganda und vielem mehr. Für mich ist Burkhard Schneiders Blog das Kreativstimulans Nummer eins. Man bekommt Lust ausgetretene Pfade zu verlassen. Und spürt mit jeder Zeile, dass Business Spaß macht.*

**Connected Marketing** <http://www.connectedmarketing.de>

*Weblog des Viralmarketingexperten Martin Oetting, das sich mit Marketingtechniken beschäftigt, die Mundpropaganda auslösen. Beleuchtet Tendenzen aus USA und Großbritannien und versucht eine Brücke zur Anwendung in Deutschland zu schlagen. Dies nicht nur durch Bloggen, sondern auch durch praktische Arbeit für seinen Arbeitgeber, die Viralmarketingagentur trnd.*

**E-Business Weblog** <http://www.roell.net/weblog>

*Martin Röhl gehört zu den aufmerksamsten und scharfsinnigsten Beobachtern der Bloglandschaft. Sein Weblog zeigt, wie ein Berater sein Know-how und seinen*

# Guter Rat ist kostenlos!

Die interessantesten Weblogs rund um Werbung, PR und Marketing

*Arbeitsalltag transparent präsentiert und sich dabei als Experte profiliert.*

**Exciting Commerce** <http://ecommerce.typepad.com>

*Der Shooting Star des letzten Jahres – nach meiner Meinung. Widmet sich dem Thema E-Commerce und stellt das Ganze so spannend und aufregend dar, dass es in Nullkommanix zu **der** Anlaufstelle wurde. Wer wissen will, was sich im E-Commerce so Neues tut und auch mal hinter die Kulissen von Spreadshirt, Qype und daWanda blicken will, ist hier bestens aufgehoben.*

**Fischmarkt** <http://www.fischmarkt.de>

*Gibt's ne Agentur, die besser bloggt? Gibt's ne Großagentur, die besser bloggt? Auf keinen Fall. Sinner Schrader blickt subjektiv informativ ins E-Commerce-Geschehen und zieht jede Menge interessanter Wissensbissen an Land. Wer denkt, Agenturblogger betreiben nur eitle Nabelschau, wird sich hier ganz schön wundern!*

**Gastgewerbe Gedankensplitter**

[http://www.abseits.de/weblog/gastronomie\\_blog.html](http://www.abseits.de/weblog/gastronomie_blog.html)

*Für viele der beste Business-Blogger Deutschlands. Der Bamberger Gastronom Gerhard Schoolmann präsentiert eine spannende Mischung aus Gastronomie-Infos, Werbe- und Marketingthemen, Blog- und Internetwissen und politischer Kritik. Sein Beispiel hat mich zum Bloggen gebracht.*

**Kundenbindung der Zukunft** <http://reezom.typepad.com/de>

*Da war ich höchst erfreut, als ich das Blog von Franz Felix Debatin entdeckte. Der Boss der Agentur reezom verkauft im Berufsleben Kundenbindungsprogramme und berichtet in seinem Bloggerleben darüber. Das schreibt Felix selbst darüber: „Das Potenzial der modernen Konzepte und Instrumente im Bereich Kundenbindung wird im deutschsprachigen Bereich noch lange nicht erkannt und ausgeschöpft. Wir möchten den Beweis antreten, dass Kundenbindung mehr ist als dröge Kundenkartenprogramme großer Filialketten, sondern für findige und kreative Mittelständ-*

# Guter Rat ist kostenlos!

Die interessantesten Weblogs rund um Werbung, PR und Marketing

ler und Kleinunternehmer der entscheidende Wettbewerbsvorteil sein kann.“ Ein Lesemuss.

**Marke-X** <http://www.marke-x.de>

Ein monatlich erscheinendes Magazin zum Thema Internet-Marketing des Buchautors und Beraters Sascha Langner („Marketing Tricks – Guerilla Strategien für erfolgreiches Promoten und Verkaufen im Internet“). Sascha Langner schreibt eigene Artikel und gibt Hinweise auf wichtige Berichte, die in anderen Online-Medien zum Thema Internet-Marketing erschienen sind. Dazu erscheinen zahlreiche Link- und Buchtipps.

**Nico Zorn** <http://www.nicozorn.com>

Ein Weblog des Online-Marketingexperten Nico Zorn, das sich vorwiegend mit neuen Marketingtechniken der Online- und Offline-Welt beschäftigt. Ein kenntnisreicher Führer durch die Gebiete des E-Mail-Marketing, Guerilla-Marketing und viralen Marketings.

**PR Blogger** <http://www.klauseck.typepad.com/prblogger>

Berater Klaus Eck, einer der führenden Blog-Experten Deutschlands, schreibt über alle Aspekte der Unternehmenskommunikation – PR-, Werbe-, und Marketingthemen eingeschlossen. Für Corporate-Blogger die zentrale Anlaufstelle.

**Querdenkerin Elita Wiegand** <http://querdenken.twoday.net>

Eine Fundgrube an Ideen, quergedachten Lösungen bietet das Blog von der Querdenkerin Elita Wiegand. Kein Wunder; die Bloggerin hat auch einen Business Club im Raum Düsseldorf auf die Beine gestellt, der einen verdammt quirligen und anregenden Eindruck macht. Nicht nur mitlesen, sondern auch mitmachen, dürfte sich lohnen.

# Guter Rat ist kostenlos!

Die interessantesten Weblogs rund um Werbung, PR und Marketing

## **Site-9** <http://www.site-9.com/blog>

Weblog des Beraters für Digitalmarketing und PR Björn Ognibeni, das in deutsch und englisch neue Trends im Marketing beschreibt: Viralmarketing, Weblogs und was ansonsten über den Schreibtisch kommt.

## **Sloganmaker** <http://www.sloganmaker.net>

Robert Neuendorfs unterhaltsames Blog sammelt Wissenswertes rund um die Marketingkommunikation und präsentiert Fundstücke gelungener Werbung.

## **Vorsicht-Starke-Worte** <http://www.vorsicht-starke-worte.de>

Die Werbetexterin Fiona Amann hat diese Website für alle Kolleginnen und Kollegen aus dem Netzboden gestampft. Vorsicht-Starke-Worte ist Marktplatz, Networking-Plattform und Jobbörse für Texter und enthält in unregelmäßiger, aber stetiger Weise interessante Fachartikel rund um Werbung und Werbetexte.

## **Werbeblogger** <http://www.werbeblogger.de>

Patrick Breitenbach und seine Co-Autoren haben dieses Weblog innerhalb weniger Monate zum Standardblog ihrer Branche gemacht. Wer über die wichtigsten Meldungen rund um die Werbung täglich informiert sein will, kommt am Werbeblogger nicht vorbei.

## **Zornos Tagebuch** <http://www.zorno.de/tagebuch/index.html>

Die Website des Marketingberaters Christian Rothe redet „Klartext im Marketing“ und stellt vor allem schlechte Marketingkommunikation an den Pranger. Dafür gibt es zahlreiche Bildbeispiele in der „Galerie des miesen Marketings“ sowie das höchst bissige Tagebuch, das neben der Darstellung bemerkenswerter Marketingkatastrophen auch viele Anregungen für kleine und mittlere Unternehmen enthält. Ein Lesevergnügen gespickt mit zahlreichen Aha-Effekten.

# Noch mehr Blogs

zu Marketing, Werbung und PR

## A

Affiliate Marketing Blog <http://www.100partnerprogramme.de/blog>  
agenturblog.de <http://www.agenturblog.de>  
amardi <http://www.amardi.de>

## B

Basic Thinking <http://www.basicthinking.de/blog>  
Besserwerberblog <http://www.marketing-blog.biz/blog/index.php>  
Blog mit PEP <http://blogmitpep.blogspot.com>

## C

CIO Weblog <http://www.cio-weblog.de>

## D

Dr. Web Weblog <http://www.drweb.de/weblog/weblog>

## E

e-commerce-blog.de <http://www.e-commerce-blog.de>  
E-Mail Marketing Blog <http://www.emailmarketingblog.de>

## G

geroldbraun.de <http://www.geroldbraun.de/blog/blog.html>  
Guerilla-Marketing Blog <http://www.guerilla-marketing-blog.de>

## H

Haltungsturnen <http://luebue.blogspot.com>

## I

Internet4You <http://www.internet4you.ch/internet-blog>  
Internetmarketing-News.de <http://internetmarketing-news.de>

# Noch mehr Blogs

zu Marketing, Werbung und PR

## M

Marketingblogger <http://www.marketingblogger.de>

marktpraxis\_blog <http://www.marktpraxis.com/blog>

media coffee blog <http://www.mediacoffee.de>

Medialine <http://wissensforum.medialine.de>

Medienkonvergenz <http://konvergenz.kaywa.com>

medien-news <http://www.medien-news.blog.de>

medienrauschen <http://www.medienrauschen.de>

## O

Online Marketing Report <http://www.onlinemarketingreport.ch>

Online Marketing Blog <http://www.marketingblog.de>

## Q

q48 Online Marketing News & Trends <http://www.q48.de>

## R

reklameblogger <http://www.reklameblogger.de/>

## S

Sloganmaker <http://www.sloganmaker.net>

## T

TXT- JobBlog <http://www.txt94.de/jobblog/index>

## V

Viral Marketing <http://www.viralmarketing.de>

## W

Webmaster & SEO Blog <http://webmaster-verzeichnis.de/blog>

# Der Ratgeber „Werbung mit kleinem Budget“

## Inhaltsübersicht

*Was ist das richtige Werbemittel für meine Ziele? Welche Medien soll ich nutzen? Wann brauche ich Expertenhilfe? Was kann und muss ich als Unternehmer/in selber machen? Wie werbe ich richtig? Ganz ohne Werbedeutsch zeigt der Ratgeber, was man für erfolgreiche Werbung braucht, gibt praxisnahe Tipps und Handlungsanleitungen und stiftet an zu neuen unkonventionellen Ideen, die nicht die Welt kosten, aber maximale Wirkung zeigen.*

*Wenn Sie schon mal im Inhaltsverzeichnis blättern wollen, hier ist es.*

### **1 Klarheit von Anfang an:**

*Mein Unternehmen, meine Produkte, meine Kunden – Was unterscheidet mich von anderen? – Warum meine Produkte besser sind – Die Jagd nach dem Kundennutzen – Zielgruppen sind auch nur Menschen – Budgetplanung: so wird es gemacht – Kein Budget ohne Werbeplan – Ein paar Erfolgsformeln für gute Werbung*

### **2 Wer Werbung macht:**

*Zur Einstimmung, ein knappes Budget – Do it yourself oder Dienstleister? – Werbeagentur oder Grafiker? – Wie man seine Partner auswählt – Bevor die Arbeit losgeht: das Briefing – Vorsicht Fallen – Wie Werbeagenturen honoriert werden*

### **3 Die Basics zum Start:**

*Name, Logo, Geschäftspapiere – Warum Sie einen guten Namen brauchen – Klingt gut = ist gut? – Entdecken Sie die Möglichkeiten – Alles was Recht ist – Namen selber machen: ein paar Profitricks, die Sie sofort beherrschen – Was das Logo überhaupt ist – Die Arten von Logos – Worauf es bei Logos ankommt – Die Gestaltung der Geschäftspapiere – So setzt man Geschäftsangaben richtig – Welche Rolle Papiere spielen – Corporate Design: Das einheitliche Aussehen aller Werbemittel – Gut und günstig – Geschäftsdrucksachen und das Papiergewicht – Die Druckverfahren und wie Sie sie richtig nutzen – Low Budget Tipps für Ihre Geschäftspapiere*

# Der Ratgeber „Werbung mit kleinem Budget“

## Inhaltsübersicht

### **4 Werben wie gedruckt:**

*Flyer und Prospekte – Wozu Prospekte gut sind – Wann Sie Prospekte einsetzen sollten – Welchen Prospekttyp brauchen Sie? – Grundregeln für Inhalte und Gestaltung – Achtung Querleser! – Farben – Zeigen Sie Format! Aber welches? – Bilder in Prospekten – Low Budget Tipps für Ihre Prospekte*

### **5 Auf ins Web:**

*Homepage, Online-Werbung, E-Mail Akquise Ein paar Worte über Websites – Was im Web so anders ist... nur ein paar Beispiele – Wer muss ins Web, wer nicht – Wofür der Internetauftritt gut ist – Was in jede Homepage gehört – Das gesetzeskonforme Impressum, so sieht es aus – Wann eine Homepage wirklich gut ist – Acht Killertechniken für Ihre Website – Gewusst wie: So funktionieren Suchmaschinen – Key Words, die Schlüssel zum Sucherfolg – Bannerwerbung und Adwords – Kleine Bannerkunde – Wer sucht, der findet Werbung – E-Mails, Ihre elektronische Visitenkarte – Wie man einen Online-Newsletter aufbaut und damit Kunden gewinnt – Die Erfolgskriterien für Ihren Online-Newsletter – Nutzen Sie Autoresponder – Was sind Microsites? – Weblog statt Website? – Weblog-Software, die Anbieter – Vorteile von Weblogs – Einsatzbeispiele für Weblogs*

### **6 Der Sofort-Plan für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:**

*Warum eigentlich Pressearbeit? – Pressearbeit: so wird sie erfolgreich – Ihre erste Pressemeldung: die Gründung – Wie sehen gute Presseinformationen aus? – Bildmaterial für die Presse – Zusammenarbeit mit der Fachpresse – Das erste Pressegespräch: Vorbereiten, durchführen, nachbereiten – Anlässe für Berichterstattung selber schaffen – Wie man IHK, Wirtschaftsförderung und Politiker für sich nutzt – Eröffnen Sie ein virtuelles Pressezentrum – Vorsicht Fettnäpfchen! – Low Budget Tipps für Ihre Pressearbeit*

### **7 Direct Mailings:**

*Der schnellste Weg zum Kunden – Werbung per Briefkasten – Das Herzstück der*

# Der Ratgeber „Werbung mit kleinem Budget“

## Inhaltsübersicht

*Akquise: die Datenbank – Woher man Adressen bekommt – Adressen mieten oder kaufen? – Werbebriefe selber schreiben – Low Budget Tipps für Ihre Direct Mailings*

### **8 Auffallen mit Anzeigen:**

*Anzeigen, wozu das denn? – Wo Sie Anzeigen schalten können – Elemente der Anzeigenstrategie – Wie wirken Anzeigen? – Nicht vergessen: Das ARA-Prinzip – Anzeigenformate und Platzierungen – Die große Ausnahme: Aufmerksamkeit mit dem Big Bang – Die richtige Platzierung Ihrer Anzeige – Sonderthemen und Gemeinschaftsanzeigen Stellenanzeigen als Imageträger – Beilagen: die Alternative zu Anzeigen – Wie man Anzeigen richtig bucht – Erfolgskontrolle – Low Budget Tipps für Ihre Anzeigenwerbung*

### **9 Bühne frei für Ihre Messe:**

*Sich messen, eine Kostenfrage – Checkliste der üblichen Messekosten – Einzel- oder Gemeinschaftsstand? – Wie man Besucher auf den Stand bekommt – Presse auf der Messe – Wie man mit Messebesuchern richtig spielt – Typen von Messeständen – Das ideale Messegeschenk – Fünf Tricks, Exponate in Szene zu setzen – Wann mache ich was? – Leicht und wieder verwendbar: Mobile Messeelemente – Follow up, die Kunst der Messenachbereitung – Mini-Messen und andere Präsentationsmöglichkeiten – Low Budget Tipps für Ihre Messe*

### **10 Augenmerk auf Außenwerbung:**

*Außenwerbung, Ihre Botschaft im öffentlichen Leben – Formen der Außenwerbung – Wie gestaltet man Plakate? – Wie plant man eine Außenwerbekampagne? – Ihre Werbung bewegt sich – Nah, näher am nächsten, Ambient Media – Low Budget Tipps für Ihre Außenwerbung*

### **11 Cross Marketing und Guerilla-Marketing:**

*Die Kürprogramme für Profis. Wie man sich mit anderen geschickt vernetzt – Wer als Partner in Frage kommt – Affiliate-Programme für Kleinunternehmen – Mund-*

# Der Ratgeber „Werbung mit kleinem Budget“

## Inhaltsübersicht

zu-Mund-Propaganda – Guerilla Marketing, was ist das? – Virales Marketing oder Maus-zu-Maus-Propaganda



*Bernd Röthlingshöfer*

*Werbung mit kleinem Budget*

*Broschiert - 220 Seiten - Beck Juristischer Verlag*

*ISBN: 3423508760.*

*Bei AMAZON bestellen:*

*<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3423508760/morebraiknowh-21>*

# Barrierefreiheit – Nutzen Sie sie!

*Sind Sie auch schon häufiger über dieses Wort „Barrierefreiheit“ gestolpert? Seit der Umsetzung des Behindertengleichstellungsgesetzes 2002 sind sämtliche Behörden der Bundesverwaltung verpflichtet Hürden auf ihren Websites abzubauen, und darüber wird in den Medien immer wieder berichtet. Auch viele Organisationen, Versicherungen und andere große wie kleine Unternehmen haben sich bereits für Barrierefreiheit bei ihren Internetpräsenzen entschieden. Nicht nur aus selbstlosen Gründen. Sie erwarten auch Vorteile für sich selbst.*

## **„Auf Minderheiten kann ich nicht eingehen!“ – Denken Sie?**

- *Wem nützt Barrierefreiheit? Nicht nur Blinde können dadurch Texte auf Webseiten einfacher erfassen, auch die immer größer werdende Anzahl älterer Menschen sowie Nutzer von Internet via PDA und Handy profitieren davon. Nicht zu vergessen: Auch Suchmaschinen können Grafiken oder Flashanimationen nicht lesen. Sie brauchen Klartext!*
- *Haben Sie das auch schon mal erlebt? Sie kommen bei der Suche nach einer Information auf eine Website. Dort wird Ihnen mitgeteilt, dass Sie sich – um die Information zu erhalten – bitte das Plug-in XYZ besorgen sollen. Manche Menschen lassen sich dadurch schnell abschrecken. Die einen, weil sie das Plug-in nicht installieren können oder dürfen, andere weil sie es nicht wollen.*
- *Wohin geht ein durch technische Hürden abgewiesener Kunde? Zum Mitbewerber! Doch wenn Sie als erster zur Stelle sind, kommen diese Kunden möglicherweise zu Ihnen.*
- *Ihr Engagement für behindertengerechte Seiten wird auch von nicht betroffenen Interessenten als kundenfreundliches Verhalten registriert. Sie machen sich Gedanken über Ihre Kunden!*

*Die meisten Barrieren lassen sich mittels moderner Technik überwinden, vorausgesetzt, dass sie beherrscht wird. Dabei ist es wichtig, dass Vorgaben wie die zusätzliche Alternativ-Beschriftung von Grafiken, eingehalten werden. Die geschickte Verwendung der CSS-Technik (Cascading Style Sheets) ermöglicht Design, das höchsten*

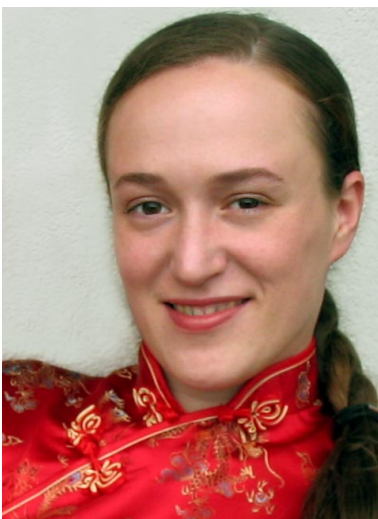
# Barrierefreiheit – Nutzen Sie sie!

*Ansprüchen genügt und das an diverse Nutzergruppen anpassbar ist. So ist es unter anderem sehr einfach möglich die Schriftgröße zu verändern oder die Farben für Rot-Grün-Blinde anzupassen. Neben der Betrachtung Ihrer Website im Browser ist es damit auch möglich alle Informationen mittels Bildschirmlupe, Braillezeile, Vorleseprogramm oder Handy zu erfassen. Darüber hinaus bietet Ihnen diese Technik auch noch die Möglichkeit Kosten einzusparen. Denn mit ihr ist eine Änderung des Designs – beispielsweise ein neues Logo oder eine neue Schriftfarbe - in wenigen Minuten möglich. Egal ob Ihre Website 5 oder 500 Seiten umfasst.*

*Doch auch Nutzer ohne visuelle Handicaps können Probleme mit Websites bekommen. Vielleicht haben Sie schon mal versucht mit einer verletzten Hand die Maus zu steuern? Das kann mitunter ganz schön knifflig werden.*

*Ein weiteres wichtiges Kriterium ist die verwendete Navigationsstruktur. Ein klarer und übersichtlicher Aufbau der Website hilft nicht nur dem versierten Nutzer, sondern unterstützt auch Internetneulinge wie zum Beispiel ältere Menschen.*

*Zusammengefasst zeigt sich, dass praktisch jeder von Barrierefreiheit profitiert. Die Entwicklung einer stilvollen und barrierefreien Website kostet nur wenig mehr und hilft Ihnen auf lange Sicht durch die leichtere Aktualisierungsmöglichkeit zu sparen. Zudem gewinnen Sie dadurch womöglich auch so manchen weiteren Kunden. Bei Fragen zu diesem Thema berate ich Sie gerne!*



## **Über die Autorin**

*Vanessa Kaiser ist Diplom-Designerin (FH) und ausgebildete Augenoptikerin. Sie ist tätig als Designerin für Agenturen, kleine und mittlere Unternehmen.*

*Seit über 10 Jahren beschäftigt sie sich mit dem Thema Barrierefreiheit. Besondere Aufmerksamkeit widmet sie dabei den visuellen Barrieren, da sie durch den Kontakt zu Sehbehinderten deren tagtägliche Probleme und Anforderungen kennen gelernt hat.*

*Mehr Infos siehe: [www.corporatedesign-kaiser.de](http://www.corporatedesign-kaiser.de)*

# Die Macher:

Über 50 gute Adressen für Ihren Erfolg

- *Corporate Design*
- *Dynamische Webseiten*
- *Event-Marketing*
- *Film- und Videoproduktion*
- *Full Service*
- *Grafik-Design, Corporate Design*
- *Guerilla Marketing*
- *Kommunikationsberatung*
- *Konzeptagentur*
- *Konzeption und Text*
- *Logodesign für Existenzgründer*
- *Marketingberatung*
- *Mediendesign*
- *Online-Marketing*
- *Print*
- *Print- und Webdesign*
- *Public Relations*
- *PR & Mediaagentur*
- *Rätsel, Denksport und Gewinnspiele*
- *Soundtrack*
- *Telemarketing*
- *Text*
- *Webdesign*
- *Webdesign, Film, Text, Consulting*
- *Webentwickler*
- *Werbeagentur*
- *Werbung*

## *yenodio design*

*Unsere Kernkompetenzen: Klassische Kommunikationskonzepte, Corporate Design, Grafik Design, Pre-Press und Print Design, Unternehmens-Kommunikation, Webdesign, Integration von Contentmanagement-Anwendungen; wir bieten effiziente Lösungen.*

[www.yenodio.com](http://www.yenodio.com)

## *corporate design kaiser*

*Wenn Sie aus der Masse herausragen wollen ...  
müssen Sie wissen, dass Corporate Design wie ein maßgeschneiderter Anzug zu  
Ihrem Unternehmen passen muss. Es soll aus der Masse heraus stechen aber keine  
Verkleidung sein. Bei uns bekommen Sie Corporate Design, das zu Ihnen passt,  
auffällt und Ihre Produkte bzw. Dienstleistungen optimal präsentiert.*

*Unsere Dienstleistungen umfassen:*

- *Logoentwürfe*
- *Geschäftsausstattungen*
- *Websites*
- *Fahrzeugbeschriftungen*
- *Broschüren*
- *Firmenschilder*
- *Präsentationen*
- *Mailings*
- *und jede Menge Ideen für Ihr Unternehmen*

*Unsere Spezialgebiete:*

- *Corporate Design für rechtsberatende Berufe*
- *Barrierefreiheit / Accessibility / Usability*

[www.corporatedesign-kaiser.de](http://www.corporatedesign-kaiser.de)

## *Bo, Ni&Clyde*

*Sie wollen Ihr Unternehmen effektiv nach außen hin präsentieren und sich so von der starken Konkurrenz absetzen?*

*Wir helfen Ihnen dieses klare Ziel zu erreichen!*

*Das Team von Bo, Ni&Clyde ist spezialisiert auf Corporate Design und Webdesign. Von der Geschäftsausstattung, über Printmedien, bis hin zu Content-Management-System-gestützten oder Flash-basierten Websites.*

*Wir analysieren Ihren "Designbedarf" und beraten Sie daraufhin welche Kanäle für Ihr Unternehmen am sinnvollsten und zugleich kostenseffektiv sind.*

*Weitere Trümpfe liegen in unserem starken Netzwerk von Beispielsweise Marketing-fachleuten, Eventdesignern oder auch Softwareentwicklern, die unser Leistungsspektrum zusätzlich erweitern.*

*Sie wollen wissen wofür unser Agenturname steht?*

*Das "Bo" in Bo, Ni&Clyde steht für Geschäftsführer "Bo"ris Markic und das "Ni" für Geschäftsführer "Ni"ls Drechsel.*

*Wer allerdings CLYDE ist, finden Sie am besten bei einem Besuch unserer Website heraus:*

[www.boniundclyde.de](http://www.boniundclyde.de)

## Die typologen

*Mit den typologen ist der Weg zur eigenen Homepage transparent, schnell und günstig.*

*Bei uns erhalten Sie eine komplette Homepage auf Basis des TYPO3 Content Management Systems, der weltweit führenden Software, um die Inhalte einer Homepage kinderleicht selbst ändern und pflegen zu können.*

*Stellen Sie Ihre Homepage bequem und modular auf unserer Homepage zusammen. Sie bestellen und bezahlen nur, was Sie auch benötigen. Vom individuellen Design bis zum Übersetzungsservice ist alles möglich. Dabei ist die Software stets erweiterbar und wächst mit Ihren Bedürfnissen.*

*Schon während der Bestellung erhalten Sie verbindliche Preis- und Lieferterminangaben zu allen Leistungen. Die Zugangsdaten für Ihre neue Homepage liegen sofort nach der Bestellung für Sie bereit, damit Sie starten können. Handbücher und Videoanleitungen helfen Ihnen zudem sich schnell zurecht zu finden.*

*Wir freuen uns auf Ihren Besuch.*

[www.typologen.de](http://www.typologen.de)

## *pro event live-communication GmbH*

*Spezialist für Event-Kommunikation, Live-Marketing und Event-Produktion. Pro event mit Sitz in Heidelberg ist eine Full Service Agentur, die ganzheitlich denkt, integriert handelt und operativ umsetzt.*

*Mitglied im FME (Forum Marketing Eventagenturen) sowie im Kommunikations-Netzwerk komplizencom*

[www.proevent.net](http://www.proevent.net)

## Agentur Lichtspiel

*Sie träumen von Ihrem eigenen audiovisuellen Firmenportrait, Ihrer eigenen Reportage oder Sie möchten einen wichtigen Anlass wie beispielsweise Ihr Firmenjubiläum mit der Kamera festhalten?*

*Ihnen fehlt es jedoch am richtigen Konzept bzw. am richtigen Partner für die professionelle Umsetzung trotz niedrigen Budgets?*

*Kompetent, engagiert und kostengünstig erarbeiten wir mit Ihnen zusammen Lösungen für die wunschgetreue Umsetzung Ihres persönlichen Projektes - ganz nach Ihren Vorstellungen!*

*Kontaktieren Sie uns noch heute und schon morgen kann Ihre eigene Produktion Realität werden.*

[www.agentur-lichtspiel.de](http://www.agentur-lichtspiel.de)

## Daniel Große

*4und20.net ist ein Mediennetzwerk. Wir arbeiten nur mit Profis aus dem Bereich Grafik, Text, Foto und Programmierung, die alle selbst freiberuflich tätig sind. Keine Agentur, keine Büroräume, keine hohen Kosten. Das spart Ihr Geld. Und gibt uns die Möglichkeit, unsere Zeit nur für Sie einzusetzen.*

[www.4und20.net](http://www.4und20.net)

## Thomas Kilian

*Wir sind eine Full-Service-Werbeagentur in Ostwestfalen. Wir helfen Ihnen, neue Kunden zu finden und nutzen dafür vor allem die Möglichkeiten des Internet.*

*Wir beraten kleine und mittelständische Unternehmen und zeigen ihnen, wie sie sich selbst und ihre Angebote perfekt vermarkten können.*

[www.Thoxan.com](http://www.Thoxan.com)

## Norbert Lücken

*Da Geld allein auch nicht glücklich macht, ist es schon wichtig sich inhaltlich mit seiner Arbeit bzw. dem Anliegen der Kunden identifizieren zu können. Und so lässt sich manchmal auch mit wenig Geld viel bewegen. Letztlich zahlt sich ein gutes Design für beide Seiten immer aus – früher oder später.*

[www.luecken-design.de](http://www.luecken-design.de)

## Matthias Kuchel

ZIEGS KUCHEL MÜLLER COMMUNICATION SERVICE

*Machen wir doch mal etwas Spannendes: Sie beschreiben Ihre Kommunikations-Aufgabe in EINER (!) SMS an mich, maximal 160 Zeichen.*

*Dann bekommen Sie die erste Idee zurück – ebenfalls per SMS, 160 Zeichen. Wenn Ihnen diese dann gefällt, unterhalten wir uns weiter.*

*Alles klar? Na, dann mal los: Mobilnummer 0170-3438939.*

[www.zkm-koeln.de](http://www.zkm-koeln.de)

## Jacqueline Klemm

*Gönnen Sie Ihrem Unternehmen mehr Kommunikation!*

*meint klemmkommunikation - Kommunikationsberatung und -management für  
Microunternehmen und KMU's.*

*Einer Kommunikationsabteilung in Ihrem Unternehmen gleich berät und betreut  
Sie klemmkommunikation in allen Fragen Ihrer Corporate Communications und  
organisiert diese für Sie:*

- :: Ausarbeitung einer integrierten  
Kommunikationsstrategie in den Bereichen*
- :: Public Relations*
- :: Below-the-Line Marketing*
- :: Maßnahmen der Kundengewinnung -und  
Kundenbindung*
- :: Bildung und Pflege Ihres persönlichen  
Netzwerkes zu Kunden, Informations-,  
Kompetenz- und Kooperationspartnern*
- :: Planung und Projektierung der Maßnahmen ggf. mit  
Partnern und Auftragnehmern*
- :: Implementierung der Maßnahmen und Ergebnisse in  
Ihrem Unternehmen*
- :: Kommunikationscoaching*

*Sagen Sie doch einfach mal "Hallo!": Erfahren Sie in einem unverbindlichen  
Gespräch, was ich für Sie und Ihr Unternehmen leisten kann. Lassen Sie sich  
veranschaulichen, wie sich mein Einsatz am effektivsten gestalten lässt –  
projektbezogen oder bei andauerndem Bedarf stundenweise. Und natürlich: was  
klemmkommunikation von Agenturen unterscheidet. Also: bis bald!*

[www.klemmkommunikation.de](http://www.klemmkommunikation.de)

## *Maike Nägel I publicadverts.de*

*Haben Ihre bisherigen Werbemaßnahmen Ihre Verkaufszahlen verbessert?*

*Zahlen Sie zuviel für Werbung, deren Erfolg Sie nicht nachvollziehen können?*

*Planen Sie eine neue Kommunikation?*

*Zielgruppenmarketing ist der sicherste Kommunikationskanal, Ihre Werbung richtet sich nach den Wünschen und Vorstellungen Ihrer Zielkunden aus.*

*Durch Ihre von uns geplante Kommunikation helfen Sie Ihrem Kunden, Ihre Leistung bzw. Ihr Produkt einfacher und schneller aufzunehmen. Das sichert Ihnen einen gehörigen Wettbewerbsvorteil und vermindert die Streuverluste. Sie setzen Ihr Budget hoch effektiv ein.*

*Dabei sind wir nicht nur Berater, sondern vor allem im operativen Marketing für Sie tätig, planen Ihre Positionierungsstrategie, Maßnahmen und Markenbildung und unterstützen Sie in der Umsetzung.*

[www.publicadverts.de](http://www.publicadverts.de)

## *henochbirzer – Individuelle Kommunikationskonzepte*

*Wir gehen Wege, die Ziele direkt erreichen.*

*Das schafft Nähe, Effizienz und Erfolg.*

[www.henochbirzer.de](http://www.henochbirzer.de)

## Gerrit Donat

*Sie telefonieren mit dem netten Kontakter Ihrer Agentur und fühlen sich verstanden. Der nette Kontakter übersetzt Ihre Vorstellungen in die Sprache eines studierten Planners. Dieser arbeitet an einem ausgefeilten Research und entwickelt einen fantastischen Markenkosmos. Dann schreibt er das Creative Brief, um seine Ergebnisse in die Sprache der Kreativen zu übersetzen. Die Kreativen machen sich auf Basis des Creative Brief Gedanken über die Inszenierung der Marke, wie man Sie also ins Gespräch bringt. Zwischendurch kommt der Creative Director dazu und gibt die weitere Marschrichtung vor. Haben die Kreativen ausgearbeitet, erklären sie dem Ihnen bereits bekannten netten Kontakter, wie man sich Ihre Werbung zukünftig vorstellen darf. Gerade, als er Sie anrufen will, ist Ihr "kleines Budget" leider verbraucht.*

*Manchmal muss Werbung effektiv UND effizient geplant und realisiert werden. Professionell und hochwertig wie von einer Agentur. Schnell und flexibel wie von einem Freiberufler. Wie das geht? Treten Sie mit mir in Kontakt!*

## Ludwig Gutmiedl

*G-2000 Gutmiedl werbung+design: Sie sind einzigartig, Ihre Werbung sollte es auch sein*

*Wir entwickeln und gestalten für Sie individuelle und erfolgreiche Werbung. Vom ersten Beratungsgespräch bis hin zur kompletten Druckabwicklung stehen wir Ihnen als kompetenter Partner zur Seite. Betreut werden Sie von einem Dipl.-Kommunikationsdesigner, der kunden- und designorientiert Ihre Aufträge abwickelt. Wir sind ein dynamisches Unternehmen mit hohem Qualitätsanspruch.*

*Vor allem in der Logoentwicklung haben wir uns bei vielen Firmen einen guten Namen gemacht. Hierbei gehen wir besonders auf die Bedürfnisse der Kunden ein, um für diese Ihr ganz persönliches Logo zu gestalten - schließlich soll sich darin die eigene Firmenphilosophie widerspiegeln. Besonders Existenzgründer schätzen unsere professionelle Beratung/Coaching, die über das Gewöhnliche hinausgeht (z.B. Zufriedenheitsgarantie).*

*Unser Leistungsspektrum umfasst neben den Bereichen der klassischen Printwerbung (Logodesign, Geschäftsausstattungen, Anzeigen, Kataloge, Plakate oder Imageprospekte) auch innovatives Webdesign (Animationen, Internetseitengestaltungen, Homepagekonzeptionen oder Webshops) inklusive professioneller Providerdienst mit eigenem Server.*

*Wir freuen uns auf Ihre Anfrage: [info@g-2000web.de](mailto:info@g-2000web.de)*

[www.g-2000web.de](http://www.g-2000web.de)

## MARKTPRAXIS | Agentur für Marketing

Die MARKTPRAXIS steht Ihnen als Spezialist für kompetente Marketingberatung zur Seite. Wir stellen Ihnen Rezepte für einen wirkungsvollen "Marketing-Vitamin-Cocktail" zusammen und machen Ihr Unternehmen fit für die Praxis.

Was wir Ihnen bieten können:

- Strategien und Konzepte, die wirken
- Frische Ideen für Ihr Marketing
- Zufriedene und treue Kunden
- Höhere Bekanntheit und positives Image
- Zugang zu neuen Kunden und Märkten
- Mehr Absatz und Gewinn
- Rundumbetreuung für Existenzgründer

Mit professionellem Know-how und kreativen Ideen bringen wir Ihr Unternehmen auf Erfolgskurs. Ob im klassischen Marketing, Guerillamarketing oder Viral Marketing, die MARKTPRAXIS entwickelt für Sie einen individuellen Marketing-Mix.

Wir freuen uns schon auf Sie!

[www.marktpraxis.com](http://www.marktpraxis.com)

## *pix - mediendesign*

WILLKOMMEN AUF DER SUCHE NACH FRISCHEN IDEEN

*Als Agentur für Fotografie, Printdesign und Internetkommunikation haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, neue – und vielleicht auch ungewöhnliche – Wege zu finden, über die sich Menschen begegnen können!*

*Wenn Sie diese Pfadfinder-Leidenschaft und die Offenheit gegenüber neuen Wegen mit uns teilen, dann freuen wir uns auf eine Begegnung mit Ihnen.*

[www.pix-web.de](http://www.pix-web.de)

## Martin Weber

*Als gelernter Mediengestalter und staatl. gepr. Assistent für Medien weiß ich, auf was es in der Branche ankommt. Ich habe keine Angst vor dem WWW und auch Printprodukte gedeihen bei mir zeitgemäß.*

[es-de-we.net](http://es-de-we.net)

## Christian Fenner

*Weblogs, Podcasts, Presseverteiler, automatisierte Tutorials, Newsletter – ich helfe Ihnen, spannende Inhalte rund um Ihr Produkt zu kreieren und die effektivsten Kanäle hierfür zu verwenden.*

[www.christianfenner.de](http://www.christianfenner.de)

## Paul Buchhorn

*Ich biete Auskünfte und Tipps aus dem aktuellen Online Marketing Geschehen. Auf Wunsch erstelle ich Konzepte für den derzeitigen Markt.*

[www.online-marketing-news.de](http://www.online-marketing-news.de)

## Walser Organisation

*Sie suchen einen Partner für die Pflege Ihres Internetauftritts sowie Konzeption und Umsetzung von anspruchsvollen Online-Marketing-Aktivitäten? Als Agentur für Online-Marketing sind wir darauf ausgerichtet, Ihnen eine wirkungsvolle Webpromotion zu ermöglichen.*

*Die Pflege, Optimierung und Vermarktung von Websites ist unser tägliches Geschäft und gleichzeitig unsere Leidenschaft. Dazu dienen u. a. die von uns entwickelten eMarketing Module: Die Kombination von Marketing und Technik.*

*Profitieren Sie von folgenden Vorteilen:*

- *Wir zeigen Ihnen die versteckten Potentiale Ihrer Website*
- *Sie erhalten sofort umsetzbare Tipps & Tricks*
- *Vermeiden Sie teure Fehler und erfolglose Marketingmaßnahmen*
- *Durchleuchtung und Optimierung Ihrer Marketingmaßnahmen im Web*
- *Sie können mehr Geschäfte profitabel abschließen, ohne in mehr Zeit/Personal zu investieren*
- *Setzen Sie sich höhere Ziele: Adressengenerierung, Kundenausbau, Kundenbindung und Erfolgskontrolle*

*Wir kennen über 91 Methoden um Internetauftritte zu promoten – profitieren Sie jetzt davon!*

*[www.task-force.ch](http://www.task-force.ch)*

## Lene Steinmann

*Seit nunmehr 6 Jahren bin ich als Mediengestalterin für Printmedien/Fachrichtung Design in der Werbebranche tätig und der tägliche Umgang mit den gängigen Grafikprogrammen (Adobe CS2, QuarkXPress, Freehand MX auf Mac OSX oder auf den PC) beherrsche ich aus dem Effeff.*

*Da ich nach jederzeit nach Möglichkeiten suche mein Know-how, meine Ideen und Praxiserfahrungen optimal einzubringen, bin ich offen für interessante Aufgaben in den Bereichen, Konzeption und DTP/Layout.*

*Während meiner bisherigen Arbeitsverhältnisse war ich für Kunden aus den Bereichen Handel/Einzelhandel, Dienstleistungsgewerbe und Industrie tätig.*

*Zu meinen Aufgaben zählten beispielsweise die Herstellung von Prospekten, Broschüren, Mailings, aber auch von Anzeigen oder Transparenten. Hierbei war ich verantwortlich unter anderem für Konzeption, Layout und Druckvorstufe.*

*Gerne biete ich Existenzgründern auch Komplettpakete für das kleine Budget an (Visitenkarten, Briefpapier, Folder).*

*Kontaktieren Sie mich – gerne schicke ich Ihnen meine Unterlagen zu.*

[www.werbeblogger.de](http://www.werbeblogger.de)

## Tim Teichert Design & Kommunikation

*Haben Sie einen Springbrunnen in Ihrem Konferenzraum? Oder fahren Sie ein goldenes Auto? Uns interessiert nur das bestmögliche Ergebnis für das vorhandene Budget. Mit über 12 Jahren Einzelkampfausbildung im Hamburger Werbe-Dschungel kennen wir alle Überlebenstricks.*

*Vom Logo über die Broschüre bis hin zur Webseite – intelligent konzipiert und gut umgesetzt ist halb gewonnen.*

*Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.*

*Übrigens: Wir wurden von Microsoft Smallbusiness+ als Agentur für kleine Unternehmen empfohlen.*

[www.herrteichert.de](http://www.herrteichert.de)

## Daniel Schroermeyer

*Satz.Layout.DTP.Grafik.Illustration.Web*

*Mehrjährige Erfahrung im Design sowie der Programmierung von interaktiven Medien, Websites etc.*

*Kompetente Abwicklung von Druckaufträgen jeder Art. Unkompliziert, Ortsunabhängig und Kosteneffizient.*

[www.iandeye.de](http://www.iandeye.de)

## Kai Oliver Schleyerbach

*Wir beraten Unternehmen der Land- und Ernährungswirtschaft in allen Fragen des Marketings. Dazu gehören auch Werbekonzepte von der Logoentwicklung über alle klassischen Printwerbemittel bis hin zum Internetauftritt und Ideen und Organisation von Events. Zu unseren Kunden gehören viele landwirtschaftliche Betriebe mit Direktvermarktung, Bauernmärkte sowie kleine Unternehmen der Lebensmittelverarbeitung. Wir stehen für persönlichen Einsatz, ein Höchstmaß an Individualität im Dienste des Kunden und überschaubare Kosten.*

[www.pm-agribusiness.de](http://www.pm-agribusiness.de)

## Mario Wagner

*pixelmanufacture.com – der weg zu einem erfolgreichen internetauftritt  
– von der klassischen visitenkarte bis hin zu elektronischen medien –*

*ich übernehme für sie die komplette betreuung von beratung und konzept bis zur  
umsetzung und optimierung.*

[www.pixelmanufacture.com](http://www.pixelmanufacture.com)

## Christian Fenner

*wir mischen Marketeasing, virales Marketing, Werbekampagnen bei google/overture, klassische PR (Pressemitteilungen schreiben, Pressverteiler erstellen) mit Blogging, Podcasting und Film zum leckeren scharfen "PR-Curry" – Guten Appetit :-)*

[www.novamatrix.de](http://www.novamatrix.de)

## Thomas Zehender

*Sie wollen Zeit, Geld und Nerven sparen? Das ist gut so, denn dafür bin ich zuständig. Wieviel Geld haben Sie schon für nutzlose Werbung ausgegeben? Vermutlich zu viel. Wie Sie mehr aus Ihrem Werbebudget herausholen, will ich Ihnen gerne beweisen. Sie können von mir alle Leistungen einer klassischen PR-Agentur erwarten, haben aber nur einen Ansprechpartner. Auch spätabends oder am Wochenende. Reden wir miteinander!*

*P.S.: Weil Eigenlob stinkt, lasse ich mich von meinen Kunden loben. Klicken Sie einfach auf meiner Internet-Seite die Rubrik „Kunden“ an.*

## You&K

*„Werbung ist die Quelle des Reichtums.“*

*-Gustave Flaubert*

*Klassisch? Viral? Guerilla? Keine Ahnung? Müssen Sie auch nicht haben, sie wollen nämlich nur eines: Mehr Umsatz. Wir entwickeln die dafür passenden Werbekonzepte, Kampagnen und Designs.*

*„Die Presse ist für mich Druckerschwärze auf Papier.“*

*-Otto Graf von Bismarck*

*Wir sorgen dafür, dass Ihre Unternehmens- und Produktnachrichten in den Redaktionen Gehör finden. Pressebetreuung komplett und kompetent.*

*„Neue Herausforderungen erfordern neue Wege.“*

*-Gottfried Niebaum*

*Mit uns sind Sie schon angekommen, wenn Ihr Wettbewerb gerade erst losläuft.*

*Ob Internet, Mobil, Event oder ganz anders – wir liefern und verwirklichen Ideen, die Ihr Geschäft ankurbeln.*

*You&K hat sich auf die Bedürfnisse kleiner und mittelständischer Betriebe spezialisiert. Wir reden Tacheles, verstehen Ihre Kunden, sichten Ihre Zielmärkte und liefern kreative und professionelle Ergebnisse – pünktlich und budgettreu.*

*Und für junge Unternehmen haben wir ein ganz besonderes Herz: Paketangebote, die wahrlich unwiderstehlich sind.*

*[www.youandk.com](http://www.youandk.com)*

## Denksport GbR

*Auf einer der führenden deutschen Webseiten für Rätsel und Denksportaufgaben können Sie Ihre Firma, Produkte oder Dienstleistungen bekannt machen.*

*Ebenfalls bieten wir die Möglichkeit für Sie exklusive Rätsel, Denksportaufgaben oder Gewinnspiele zu erstellen, die Sie nutzen können, um Ihre Bekanntheit zu erhöhen.*

[www.denksport.de](http://www.denksport.de)

## Dorninger

Wolfgang Fadi Dorninger komponiert seit 15 Jahren Musik für Theater, Film, Ballett und Soundinstallationen.

Wie kann ich Ihre Werbung unterstützen: Mit Musik, die exakt auf Ihr Produkt zugeschnitten ist und Ihren Kunden mit Sicherheit in Erinnerung bleiben wird.

Musikbeispiele, Tonträger und DVDs unter [base records](#), weiteres unter dem persönlichen Profil [Dorninger](#) und der Bandsite [Wipeout](#).

## *Frank Herold, teleorga Ltd.*

*Telefonmarketing für kleine Budgets? Ja, gerne!*

*Telefonmarketing für kleine Preise? Nein, leider ...*

*Effektive und messbar erfolgreiche Arbeit? Immer wieder!*

[www.teleorga.de](http://www.teleorga.de)

## Thies Thiessen

*Ich liebe Sprache. Jedenfalls Sprache, die ihre Arbeit macht. Und dafür mach ich meine Arbeit. Wenn Sie den Blog besucht und genug gelesen haben, gehen Sie auf die Links. Dort sind dann auch Arbeitsbeispiele – und für alle, die drauf stehen, auch Auszeichnungen – zu sehen. Dankeschön.*

[dermachtdieworte.blogspot.com](http://dermachtdieworte.blogspot.com)

## *Elke Fleing - TextFluss*

*Schreibe kurz - und sie werden es lesen.*

*Schreibe klar - und sie werden es verstehen.*

*Schreibe bildhaft - und sie werden es im Gedächtnis behalten.*

*So sagte es Joseph Pulitzer und diese drei Sätze sind auch mein Credo.*

*Das ich ergänze:*

*Gute Texte sind im Fluss, und sie veranlassen zu handeln - Worte sind mächtig.*

*Nehmen Sie mich beim Wort:*

*Werbetexte: Werben Sie mit Texten, die begeistern und verkaufen.*

*PR-Texte: Machen Sie doch einfach Eindruck. Lassen Sie einen Text gekonnt für Sie sprechen.*

*Sachbücher | Ratgeber | Texte für Bildungsmedien: "... habe ich richtig gern gelesen und alles verstanden." Freuen Sie sich auf solche oder ähnliche Rückmeldungen der Leser und Leserinnen.*

*Online-Texte: Ihre Website wird Ihr bester Außendienstler.*

*Und wenn Sie möchten, kann ich Ihnen Ihre Website auch bauen.*

[www.textfluss.de](http://www.textfluss.de)

## VOKAL - Werner Scheiblich

*Auf den.*

## Gravitalis / Lothar Baier

*Bei uns steht der Nutzer im Mittelpunkt. Wir produzieren Webseiten benutzerfreundlich und barrierearm. Weblogs, Content Management Systeme, Online-Shops. Gute Arbeit zu einem fairen Preis.*

[design.gravitalis.de](http://design.gravitalis.de)

## Subetha Design

*Dynamische Webseiten auf Basis eines CMS oder einer Blogsoftware zeigen immer den aktuellen Stand. Ihr Webauftritt wächst einfach mit Ihnen. Sie pflegen und erweitern Ihre Seiten selbst – ohne spezielle Software und ohne technische Fachkenntnisse.*

*Natürlich erhalten Sie von mir auch statische Seiten, die immer gleich aussehen, wenn Sie das möchten. Erlauben Sie mir aber vorher Ihnen zu zeigen, welche Möglichkeiten Ihnen damit entgehen.*

*Selbstverständlich: Übersichtlich und ansprechend gestaltet, benutzer-freundlich und für Suchmaschinen auslesbar.*

*subetha design erstellt Ihre individuelle Webseite.*

[www.subetha.de](http://www.subetha.de)

## NorthClick GmbH

*Die Click & Change Webseite - die frische Webseite für Klein- und Mittelständische Unternehmen!*

*//Aktualisieren Sie Ihre Webseite selbst - Click & Change Pflegesystem integriert. In jeder von uns erstellten Webseite ist das extrem einfach zu bedienende Click & Change Pflegesystem integriert. So können Sie Ihre Webseite kinderleicht und extrem schnell selbst aktualisieren!*

*//Design - frisches Design garantiert!  
Sie können zwischen einer Standardvorlage oder einem individuellen Design wählen.*

*//Support - profitieren Sie von unserer Erfahrung.  
Wir betreuen mittlerweile mehrere hundert Kunden. Diese Erfahrung werden wir in Ihr Projekt mit einfließen lassen!*

*//Preis - optimales Preis-/Leistungsverhältnis.  
Einrichtungsgebühr: ab 180 Euro. Monatlicher Pauschalpreis: 29 Euro.*

*Weitere Informationen und kostenlosen Demozugang finden Sie unter [www.northclick.de](http://www.northclick.de).*

*Referenz: z. B. [www.berndroethlingshoefer.de](http://www.berndroethlingshoefer.de), weitere unter [www.northclick.de/gutgemacht](http://www.northclick.de/gutgemacht)*

*Sie haben eine Frage zu Ihrem speziellen Web-Projekt? Wir freuen uns auf Ihre Nachricht an [team@northclick.de](mailto:team@northclick.de) oder auf Ihren Anruf unter 040-82244999.*

*[northclick.de](http://northclick.de)*

## Torsten Luttmann

*Wir sind klasse – Buchen Sie uns!*

[www.arraigo.de](http://www.arraigo.de)

## *net.point NeueMedien GmbH*

*Ihre Homepage zum kleinen Budget ? Wir sind der richtige Partner für Hotels und Gastronomie. Zum Preis ab 395,00 EUR netto erstellen wir mit Hotelfachleuten Ihre WebSite. Beispiel: [www.pension-marianne.de](http://www.pension-marianne.de). Testen Sie uns einfach.*

[netpoint-neuemedien.de](http://netpoint-neuemedien.de)

## *vorderdeck. neue medien*

*vorderdeck. schafft Konzepte. Und was für welche. Unser Hauptaugenmerk liegt auf der Entwicklung und Gestaltung von optisch ansprechenden, zugänglichen Websites und den dazugehörigen Applikationen. Zudem bieten wir realistische Preisgestaltung, umfangreiche Beratung, Rundum-Service und einen sonnigen Platz auf dem vorderdeck.*

*Volle Kraft voraus!*

[www.vorderdeck.de](http://www.vorderdeck.de)

## *yellowgreen.*

*Büro für Design und Entwicklung internetbasierter Anwendungen.*

*Achtung: Dieser Text beinhaltet unterschwellige Werbebotschaften. Es wurden neueste Erkenntnisse der kommunikationswissenschaftlichen Forschung angewendet, nur um Sie davon zu überzeugen, dass Sie bei yellowgreen an der richtigen Adresse für strategische Kommunikation, Webdesign mit Stil und anspruchsvolle Programmierung sind.*

*Doch lassen Sie sich davon nicht beeinflussen – vertrauen Sie einfach Ihrem Herzen. So wie viele andere vor Ihnen. Und lassen Sie sich auch nicht davon beeindrucken, dass yellowgreen Herausgeber und Entwickler der beliebten Software MOSAIC ist. Die charmante Open-Source-Webgalerie, die bereits hundertfach im Einsatz ist.*

*Sie entscheiden, welcher Dienstleister zu Ihnen passt. Wer Ihrer persönlichen Philosophie entspricht und in Ihrem Sinne der visuellen Kommunikation Ihres Unternehmens Profil verleiht. Eine falsche Entscheidung, gibt es deshalb nicht.*

*yellowgreen. Büro für Design und Entwicklung internetbasierter Anwendungen.*

*Ihr Ansprechpartner: Nico Wenig*

*Telefon: 0511 3405483, E-Mail: sayhello@yellowgreen.de*

[www.yellowgreen.de](http://www.yellowgreen.de)

## Dennis Frank

*Dennis Frank gestaltet*

*Ich bin freiberuflicher Mediengestalter aus Braunschweig und vorwiegend im Bereich Webdesign tätig.*

*Durch eine strikte Trennung von Inhalt, Struktur und Design erstelle ich leicht zu pflegende und flexible Webseiten. Aktuelle Webstandards und übersichtliche Layouts lassen keine Besucher außen vor. Stichwort Barrierefreiheit.*

*Und dass Ihre Webseite schön und angemessen aussehen soll, versteht sich von selbst!*

*Weitere Tätigkeiten sind Logodesign, Typografie und die Gestaltung von Drucksachen.*

*Rufen Sie mich unverbindlich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Ich würde mich freuen. ;-)*

*Dennis Frank*

*0531-2094498*

*mail@dennisfrank.info*

[dennisfrank.info](http://dennisfrank.info)

## *J-SITES*

*Ihr Internetauftritt zu einem fairen Preis!*

*Von der Planung über die Erstellung bis hin zur Pflege Ihrer Seiten.*

*Erstellung und Pflege gemäß den weltweit aktuellen Richtlinien. (Barrierearm, Barrierefrei)*

*Unser kreatives Team freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme.*

[www.j-sites.de](http://www.j-sites.de)

## *Oliver Mandic*

*Virtuelle Rundgänge schnell, unkompliziert und für wirklich kleines Budget. Single-shot- oder 360x180°-Panoramen.*

*Außerdem noch Mac-Support, Serverlösungen und alles rund um Web & Co.*

[www.omdot.de](http://www.omdot.de)

## Sightdesign

*Sightdesign ist spezialisiert auf Internetlösungen für kleine und mittelständische Unternehmen sowie Freiberufler und Verbände. Angefangen bei Beratung und Konzeption, über das Design, bis hin zur Programmierung und letztendlich der Online-Stellung erledigen wir alle Schritte für Sie, welche für eine gelungene Website nötig sind. Auch die professionelle Betreuung danach gehört natürlich dazu. Regionaler Schwerpunkt sind Großraum Stuttgart und Frankfurt und alles, was dazwischen liegt.*

[www.sightdesign.de](http://www.sightdesign.de)

## David Oerter

*Mit einem guten Gewissen für gute Gestaltung sorgen!*

[www.pastorensohn.de](http://www.pastorensohn.de)

## Euregio Access

*Wir sind eine junge und hungrige Marketing-Agentur aus Köln. Wir ...*

*... konzipieren Marketing*

*... texten Inhalte*

*... programmieren Websites*

*... produzieren Imagefilme*

*... beraten Sie*

[euregio-access.com](http://euregio-access.com)

## Stefan König

*Herr Müller,*

*hat ein Problem, kommt auf Ihre Internetseite, informiert sich und wird Ihr Kunde.*

*Frau Meyer,*

*hat ein Problem, kommt auf Ihre Internetseite, informiert sich und wird Ihr Kunde.*

*Herr Schmidt,*

*hat ein Problem, kommt auf Ihre Internetseite, informiert sich und wird Ihr Kunde.*

...

*Muss kein Traum bleiben, erleben bei*

[www.KoenigStefan.com](http://www.KoenigStefan.com)

*Webdeveloper - kundenorientierte Lösungen*

[www.koenigstefan.com](http://www.koenigstefan.com)

## Bernhard Welzel

*IT-Lösungsarchitekt // Bernhard Welzel*

*Oder: Übersetzungen von Technik-Mumble-Jumble*

*Ihre Webseite soll einfach funktionieren.*

*Sie pflegen die Inhalte selbst?*

*Ohne dafür Informatik studieren zu müssen?*

*Ohne ein Vermögen für Lizenzkosten auszugeben?*

*Ohne sich in Abhängigkeit von einem Anbieter zu begeben?*

*Dann setzen wir Ihre Webseite doch einfach zusammen um.*

*Mit ohne: ohne großes Budget – dafür mit großem Erfolg.*

*Oder wie die Technikfreaks vielleicht sagen würden: Sie und OSS (Open Source Software) CMS (Contentmanagementsystem) Typo3 = der Beginn einer wunderbaren Freundschaft.*

<http://innocasto.com>

## *sysro*

*sysro als Werbeagentur hat sich den Erfolg von Kleinunternehmern zum Ziel gesetzt. Bringen Sie Ihre Idee und wir setzen diese individuell und professionell um.*

*Unser großer Maschinenpark erlaubt eine schnelle Ausführung Ihrer Aufträge direkt vor Ort – individuelle Visitenkarten, Briefbögen, Handzettel, Infomappen, Prospekte, Gutscheine, Kalender, Displays, Plakate, Schilder, Banner, Autobeschriftungen. Ihr kleines Werbebudget profitiert vom Preisvorteil durch den Verzicht auf Zwischenhändler und Subdienstleister!*

*Wir beraten Sie gerne bezüglich Ihrem Corporate Design, der Auswahl geeigneter Kommunikationswege sowie der Festlegung Ihrer Zielgruppen für einzelne Werbekampagnen.*

*Werbung muss nicht teuer sein!*

*Überzeugen Sie sich selbst!*

[www.sysro.de](http://www.sysro.de)

## Ad!Think Werbeagentur

*„Ad (= Advertising) Think“ steht für „Werbung Weiterdenken!“. Wir sind Experte für eine ganzheitliche und authentische Unternehmens-Kommunikation und realisieren dies bereits seit Anfang 1999 erfolgreich mit einem umfangreichen Netzwerk selbständiger Spezialisten. Durch dieses Netzwerk sind wir in der Lage, Unternehmen gleich welcher Größe in allen Bereichen der Werbung zu betreuen und Sie bezahlen nur die Menschen, die an der Lösung der jeweiligen Aufgabe beteiligt waren. Mehr dazu auch in den wöchentlichen News, die wir schon seit Sommer 2001 in einer Art "Weblog" auf unserer Website veröffentlichen. Dort finden Sie auch eine umfangreiche Übersicht neutraler Honorar-Empfehlungen für die Werbe-Branche. Schauen Sie doch mal bei uns rein und testen Sie uns!*

[www.adthink.de](http://www.adthink.de)

## Vivid Visions

*Der erste Eindruck zählt  
und der zweite  
und der x-te*

*Um Neukunden zu gewinnen, muss der erste Eindruck stimmen. Wollen Sie diese Kunden nicht abschrecken, dann muss auch der zweite Eindruck überzeugen und für eine langfristige Kundenbindung muss Ihr optischer Auftritt auch beim x-ten Mal den kritischen Augen Ihrer Kunden standhalten. Beeindrucken Sie Ihre Kunden mit einem professionellen Auftritt!*

*Unterscheiden Sie sich von Ihren Konkurrenten – Wir machen Unterschied!*

*Wir sind eine FullService-Werbeagentur und freuen uns auf eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Ihnen.*

*Ihr Werbepartner Vivid Visions*

- *Webdesign*
- *Printdesign*
- *Corporate Design*
- *& mehr*

*Einfach kreativ.*

[www.vivid-visions.de](http://www.vivid-visions.de)

## Tim Becker

*Als freiberuflicher Gestaltungstechnischer Assistent biete ich Ihnen alles vom klassischen Webdesign, über aufwendige Online Anwendungen bis hin zu Reproduktion, Druck und Weiterverarbeitung.*

[timbec.de](http://timbec.de)

# Hier geht's weiter:

Noch mehr kostenlose Downloads und Leseproben

Würde mich sehr freuen, wenn Sie zu einem meiner Bücher greifen. Oder Sie lassen sich Monat für Monat über die neuesten Trends aus der Werbung informieren – praxisnah und anschaulich.



„WerbePraxis aktuell“, der Fachinformationsdienst für Werbe- und Marketingleiter, stellt Ihnen erfolgserprobte Werbeaktionen vor, die Sie ganz einfach selbst umsetzen können – bei niedrigen Werbekosten und mit höchstmöglicher Erfolgswahrscheinlichkeit für Sie! News, Trends, Experten-Tipps und aktuelle Rechts-Tipps ergänzen das Informationsangebot für Sie.

Als Leser profitieren Sie von zahlreichen Vorteilen:

- regelmäßiger Update-Service
- Redaktions-Hotline
- Werbe-Check
- umfangreicher, ständig erweiterter Download-Bereich
- Ausgaben-Archiv

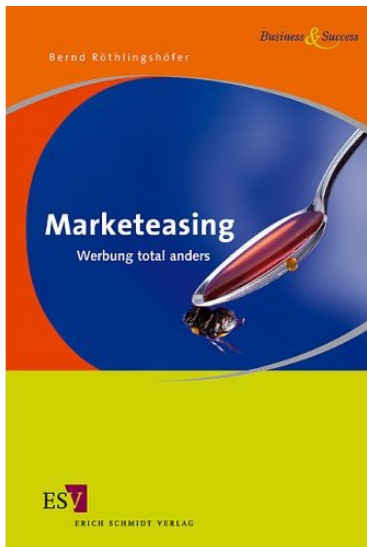
Hier können Sie ein kostenloses Probeexemplar bestellen.

<https://www.marketing-trendinformationen.de/ratgeber/pw-koop.html?sid=374529>

# Hier geht's weiter:

Noch mehr kostenlose Downloads und Leseproben

## Marketeasing. Werbung total anders



*„Wer nicht wirbt stirbt, sagen die Werbeleute. Stimmt. Aber wer auf übliche Art und Weise wirbt, stirbt auch. Vielleicht sogar schneller. Denn die klassische Werbung ist nutzlos, sauteuer und nervt die Konsumenten. Ganz ehrlich: Die klassische Werbung ist tot.“*

Zum Inhaltsverzeichnis (Download PDF, 546 KB)

<http://www.morebrains.de/archives/downloads/Marketeasing%20Das%20Inhaltsverzeichnis.pdf>

Downloaden Sie jetzt Ihre Leseprobe (PDF, 789 KB)

<http://www.morebrains.de/archives/downloads/Marketeasing.pdf>

Bei Amazon bestellen

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3503090525/morebraiknowh-21>

# Danksagung

---

*Herzlichen Dank an Vanessa Kaiser, die dieses E-Book gestaltet hat.*

*Sie hat zu diesem Buch einen bemerkenswerten Beitrag geschrieben:*

*„Barrierefreiheit – nutzen Sie sie.“ Darin zeigt sie, dass Barrierefreiheit nicht nur ein Dienst an Websitebesuchern mit Einschränkungen ist, barrierefreie Seiten sind auch sonst die besseren Websites.*

*Als ausgebildete Augenoptikerin bringt sie für das Thema „Gestaltung barrierefreier Websites“ eine wichtige Qualifikation ein. Sie kennt die Probleme von Sehbehinderten aus dem Alltag. Nutzen Sie ihre Erfahrung.*

*Besuchen Sie ihre Website:*

*[www.corporatedesign-kaiser.de](http://www.corporatedesign-kaiser.de)*