



# Zeigen, was geht

## markenmut schafft Differenzierung – und macht erfolgreich

„Zeigen, was geht!“ heißt bei markenmut: Nicht über uns selbst sprechen, sondern wir lassen gerne Projekte für uns sprechen. Immer vor dem Hintergrund, unsere Kunden dabei zu unterstützen, größtmögliche Differenzierung zu erreichen. Das bedeutet aber nicht, übermütig zu werden oder Aufmerksamkeit um jeden Preis erreichen zu wollen. Sondern es geht darum, den Mut zu haben, Grenzen gezielt auszuloten. Überzeugende Kommunikation ist dabei das Ergebnis von strategischem Gespür, Einfühlungsvermögen, ausgeprägtem Markenverständnis und der Kompetenz in Zielgruppen- und Marktgegebenheiten. Dieser Anspruch ist nicht immer einfach zu greifen – aber methodisch durchaus abzudecken. Nicht nur, dass wir die Produkte unserer Kunden bestens kennen, sondern wir legen auch Wert darauf, diese im Wettbewerb zu vergleichen („challengen“) und aktiv auf Optimierungspotenziale hinzuweisen.

Unser Grundverständnis dabei: Gemeinsam mit den Kunden in Workshops und auf Basis vorliegender Daten die richtigen Schlüsse ziehen und die bestmögliche Entscheidungsgrundlage für die mutige (Neu-) Ausrichtung von Marken zu schaffen – inhaltlich, sprachlich und/oder optisch.

Schaut doch mal rein. Euer Bernd Neisen



## MUTIGE MARKEN...

...und ihre aktuellen, kreativen Marketing-Projekte, Kampagnen sowie Aktivitäten kuratiert und als Impuls für Ihr nächstes Projekt, {{contact.anrede}} {{contact.last\_name}}, kurz und knackig als Case aufbereitet.

### Ready to scroll



#### Der Digitale Multimediale Jahresbericht zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz

Der digitale multimediale Jahresbericht zur Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025 hebt die B2B-Kommunikation im Tourismus auf ein neues Level: Weg von rein statischen komplexen PDF-Berichten hin zu lebendigen Inhalten, die kurzweilig, informativ und unterhaltsam für alle Zielgruppen sind. Der Jahresbericht vereint alle crossmedialen Inhalte eines Jahres auf einer einzigen Seite und führt die Themen fließend zu einer bildschirmfüllenden Online-Reportage zusammen. Der Leser scrollt sich einfach von oben nach unten durch den Jahresbericht und erhält ein völlig neues Leseerlebnis.

[Hier geht's zum Case](#)

### Wandern ist markenlust



#### Die Marke Saar-Hunsrück-Steig

Einer der schönsten Wanderwege Deutschlands erscheint jetzt in neuem Design. Für den Saar-Hunsrück-Steig und seine zwei angegliederten Wanderprodukte „Traumschleifen – hochwertige Rundwege“ und die sogenannten „Traumschleifen – Premium-Spazierwanderwege“ wurde von markenmut eine prägnante und moderne Dachmarke entwickelt, die die Wiedererkennung stärkt, das Vertrauen in die Marke weiter ausbaut und gleichzeitig auch neueste technische Anforderungen für die digitalen und analogen Anwendungen erfüllt.

[Hier geht's zum Case](#)

### Reichsgraf von Kesselstatt



#### Weine in einzigartigem Design

Ein Weingut mit mehr als 675 Jahren Geschichte, hochwertige Weine aus der Region Trier und die Aufgabe einzigartige Designs für die Fokusprodukte des Hauses zu entwickeln. Dieser markenmutigen Challenge stellten wir uns nicht nur und sind stolz auf das Ergebnis, das sich nicht nur im Weinregal sehen lassen kann, sondern auch besonders gut schmeckt.

[Hier geht's zum Case](#)

### WE DO ENERGY



#### Zukunft gemeinsam gestalten

WI Energy setzt auf die starke Partnerschaft mit markenmut und beauftragt uns vollumfassend als Leadagentur – von klassischen Umsetzungen wie Imagebroschüre und Flyer, über Messestand bis hin zu Sales-Unterlagen und Pressearbeit. Damit leisten auch wir einen Beitrag für eine grünere Zukunft und freuen uns sehr auf alles, was noch kommt!

[Hier geht's zum Case](#)

### Luxembourg Tourism Summit



#### CI für ein Highlight im Touristik-Eventkalender

Das Corporate Design für dieses herausragende internationale Event verdeutlicht in zentraler Rolle, die der Tourismus für die Zukunft in Luxembourg spielt – nicht nur im Kontext der Wirtschaftsförderung, sondern auch für die weiterführende Stadtentwicklung und urbane Gestaltung. Deshalb war auch eine mutig kreative Handschrift von der Ankündigungskampagne bis hin zu den Einladungs-mailings gefragt, die Akzente für ein kleines Land mit großem Anspruch setzt.

[Hier geht's zum Case](#)

### LIGHT live Fruitys



#### Als TOP-MARKE 2024 ausgezeichnet

Wir gratulieren! Auf Datengrundlage des GfK-Haushaltspanels und unter Analyse von ca. 30.000 Haushalten wurden die LIGHT live Fruitys durch die Lebensmittel-Zeitung als „TOP MARKE“ ausgezeichnet. Hintergrund der Befragung ist das Kaufverhalten sowie die Markentreue von Endverbrauchern. Diese renommierte Auszeichnung würdigt eine herausragende Marktperformance und die Beliebtheit von Produkten bei Endverbrauchern.

[Hier geht's zum Case](#)

## Ich schätze die Zusammenarbeit mit markenmut, weil...

„...ich zunächst zwar skeptisch war, ob ich mir überhaupt eine Agentur leisten kann, heute aber weiß, dass es eine nachweislich lohnende Investition in mein Geschäft war und ist. Vom Logo über das Verpackungsdesign bis zur Anzeige ist alles aus einem Guss und sorgt für ein Premium-Image meiner Manufaktur Produkte.“

Dirk Piepenbrink, Geschäftsführer Gesellschafter PASTA FRESCA, CASA ITALIANA sowie RIGATONI & RIESLING



## LIVE STATT LESEN?

Gemeinlich stehen wir Ihnen, {{contact.anrede}} {{contact.last\_name}}, jederzeit für ein persönliches Update in Sachen Marketing-KREATION, -AUTOMATION und -PRODUKTION zur Verfügung. Vereinbaren Sie kostenfrei und unverbindlich ein 20-minütiges Web-Meeting inklusive individueller Lösungsansätze und einer FAQ Session rund um Ihre {{contact.company\_name}} Markenkommunikation.

[JETZT TERMIN VEREINBAREN](#)

Oder Sie wählen den direkten Weg zu Ihrem  
verlässlich kreativen Marketingpartner. Nur Mut!



Bernd Neisen

[E-MAIL SCHREIBEN](#)

[ONLINE-VISITENKARTEN ANSEHEN](#)



Tobias Voigt

[E-MAIL SCHREIBEN](#)

[ONLINE-VISITENKARTEN ANSEHEN](#)