

# Zeigen, was geht



## Looking Back and Moving Forward

Heute mal ein kurzer Blick zurück, was so alles in einem markenmutigen Jahr geschehen ist und... ein paar Ausblicke in die Zukunft. Unser offizielles Geschäftsjahr endete am 30.6.2024 – mit spannenden Branding- und Corporate Design-Projekten, sichtbaren und aufmerksamkeitsstarken Kampagnen und der gezielten Ausweitung unseres KI- und Automations-Know-Hows. Sie zeigen die markenmutige Bandbreite, die es erfordert, um auch in den kommenden Jahren ein verlässlicher, kreativer und strategischer Partner unserer Kunden zu sein.

### Von der 14 in die 10: Der markenmutige Umzug

Anfang April 2024 war es soweit. Nach über 12 Jahren in der Herzogenbuscher Straße 14 hat es uns in neue Räume in der gleichen Straße verschlagen. Der Grund: Die wesentlich bessere Raumaufteilung für unsere Anforderungen (mehr Remote Arbeit, wechselnde Arbeitsplätze für flexibel arbeitende Mitarbeiter). Und beste infrastrukturelle Voraussetzungen für das Arbeiten der Zukunft – verbunden mit vielen Benefits wie Klimatisierung, hellen lichtdurchfluteten Räumen, einer neuen Servertechnologie und einer top-Wohlfühl-Atmosphäre - für Mitarbeiter, Kunden und Vorstände 😊



Wer uns noch nicht in der "Zehn" besucht hat – es wird Zeit :-)



Tobias Voigt, Katrin Winterborn, Thomas Stiren (v.l.n.r.)

### Die Buchvorstellung: Marketing Engineering Reloaded

Eine exklusive Veranstaltung für markenmut-Kunden fand am 18. Januar 2024 zum Thema „Marketing Engineering Reloaded“ in Trier statt. Die Digital Natives Thomas Stiren und Tobias Voigt haben in einer sehr informativen sowie unkonventionellen und unterhaltsamen Buchbesprechung über die neuesten Trends und Einsatzmöglichkeiten von KI informiert. Als logische Konsequenz der rasant fortschreitenden Entwicklung von Marketingtechnologien, berichtet dieses Handbuch aus und über den Maschinenraum des modernen Marketings.

[Weitere Infos gibt es hier](#)

## NEU an Bord: markenmutige Neukunden

### vobapay



Unsere Erfahrungen und Expertise im Payment-/Finanzsektor konnten wir u.a. durch den Gewinn des Neukunden vobapay weiter ausbauen. Im Fokus dabei: Strategie, Positionierung, Profil, Markenauftritt und -identität für den neuen Omnichannel Payment Service Provider aus dem VVRB-Verband.

[ZUM CASE](#)

### KESSELSTATT



Sehr spannend und gar nicht trocken: Der Relaunch der Etikettenausstattungen für das Weingut Reichsgraf von Kesselstatt. Zum einen sollten die Weine der "RvK"-Linie relaucht werden, zum anderen wurden die "VDP.Weine" einem leichten Refresh unterzogen. Alles in time für einen großen Auftritt auf der ProWein 2024.

[ZUM CASE](#)

### PARQ54



Wenn ein Gewerbegebiet „steil“ geht – dann heißt es parQ54 in Trier. Mit neuen innovativen Ideen, welche die Faktoren Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit in den Fokus rücken, ohne die unternehmerischen Anforderungen an Infrastruktur, Austausch und Mobilität zu vernachlässigen.

[ZUM CASE](#)

## NEU im Portfolio: markenmutiges Employer Branding

Der Aufbau starker Arbeitgebermarken liegt uns im Blut – und ist eine Disziplin, die mehr und mehr an Bedeutung gewinnt – unabhängig von Branche oder Betriebsgröße.

### PETER MERTES



Beispielsweise für Deutschlands größte Weinkellerei Peter Mertes aus Bernkastel-Kues. Die markante Aussage „Wine & Work“ ist die Erfolgsformel im Employer Branding. Sie ist merkfähig und erzählt eine einzigartig spannende Geschichte von hundert Jahren Erfahrung und Leidenschaft für Wein. Die Motive setzen auf den spannungsvollen Kontrast von Lifestyle-Produkten und authentischen Mitarbeitern, wo das eine das andere bedingt und den Erfolg des Unternehmens ausmacht.

[Hier geht's zum Case](#)

### BITBURGER BRAUGRUPPE



Die Bitburger Brauerei setzt bei der Unterstützung von Gastronomiebetrieben auf die Recruiting Services von markenmut. Im Kern wurde ein übergreifendes Konzept für verschiedene Gastronometypen entwickelt, das impactstarke digitale wie analoge Werbemittel beinhaltet. Diese können die Betriebe je nach Ausrichtung und Schwerpunkt templatebasiert für ihr Recruiting individualisieren und einsetzen.

[Hier geht's zum Case](#)

## NEU im Team: markenmutige Verstärkung

Im vergangenen Jahr hat sich so einiges getan. **Milena Hubertz** – eine erfahrene Content-Marketing-Managerin unterstützt uns mit ihrer Erfahrung und ihrer Kreativität. Sie liefert dabei nicht nur Content und Ideen, sondern auch SEO sowie ganzheitlich strategisches Know How.

Eine Ausbildung bei den markenmutigen ist für viele junge Menschen der Einstieg mit „Suchtgefahr“ in die Kreativbranche. Erwischt hat es nun unsere **Emma Thömmes**, die zunächst als Mediengestalterin anheuerte und in den nächsten Jahren sicherlich unsere GEN-AI und MarTech aktiv mitgestaltet.

Unsere internationale Speerspitze – unsere Lady in Back: **Marie Vitkova**, verantwortlich für die Pflege und den Ausbau unseres eigenen MarTech Stacks, begeistert durch ihre technische Versiertheit. Sie agiert fast unsichtbar im Background – ist aber definitiv entscheidend für unser Eigenmarketing.

Mit **Claudia Höchsmann** haben wir eine Spezialistin mit Sitz in Frankfurt gefunden, die jede Homepage in Wordpress oder Typo3 zu einer relevanten Informationsquelle macht. Ihr Faible sind die Texterstellung und der finale Schlift im Layout von CSS Styles.



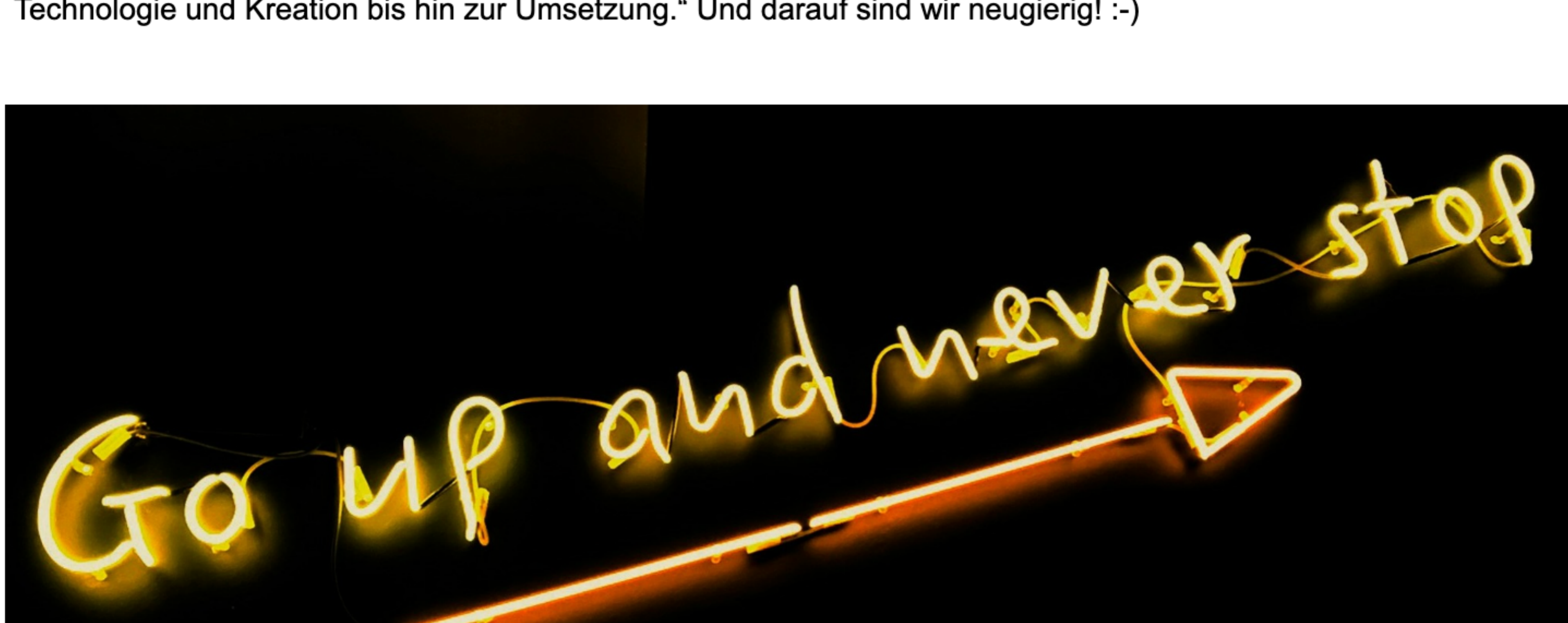
## Moving Forward

Die kreative Idee ist und bleibt weiterhin das Aushängeschild von Agenturen. Aber die Idee alleine reicht nicht mehr aus, um die Wünsche der Kunden erfüllen zu können. Die Kreation muss beispielsweise technologiegestützt an den Touchpoints mit hoher Konversion skalierbar sein – und diesen Anforderungen gerecht werden.

Wie kommt das? Wir leben in einem Zeitalter extremer Veränderungen. Und nur wer Veränderungen für sich selbst und seine Marke nutzbar macht, kann die digitale Welt erfolgreich gestalten. Das heißt: Werbetreibende müssen ihre Organisationen massiv umbauen, um ihre Kunden auf allen Kanälen zu erreichen, global in einer fragmentierten digitalen Welt.

Grundlage dafür ist zum einen die Fähigkeit, Daten zusammenzuführen, zu bewerten und zu ordnen. Zum anderen gilt es, kreative Ideen mit Technologien zu verbinden. Die Herausforderung ist, Modelle zu entwickeln, wie Kreation sich in der Produktions- und Distributionslogistik verhalten soll.

Man kann also sagen: „Kommunikation umfasst die gesamte Erlebniskette - von der Beratung über die Technologie und Kreation bis hin zur Umsetzung.“ Und darauf sind wir neugierig! :-)



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

„..... hier stets ein Austausch auf Augenhöhe stattfindet. Neue Ideen und Konzepte zu entwickeln ist mit markenmut immer eine angenehme und fruchtbare Zusammenarbeit. Mit der Hands-on Mentalität finden wir gemeinsam die beste Lösung in unserer digitalen und analogen Umgebung.“

(Ralf Linden, Geschäftsführer vobapay und Vorstand der Voba Finanz AG)



## LIVE STATT LESEN?

Gerne 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](#)

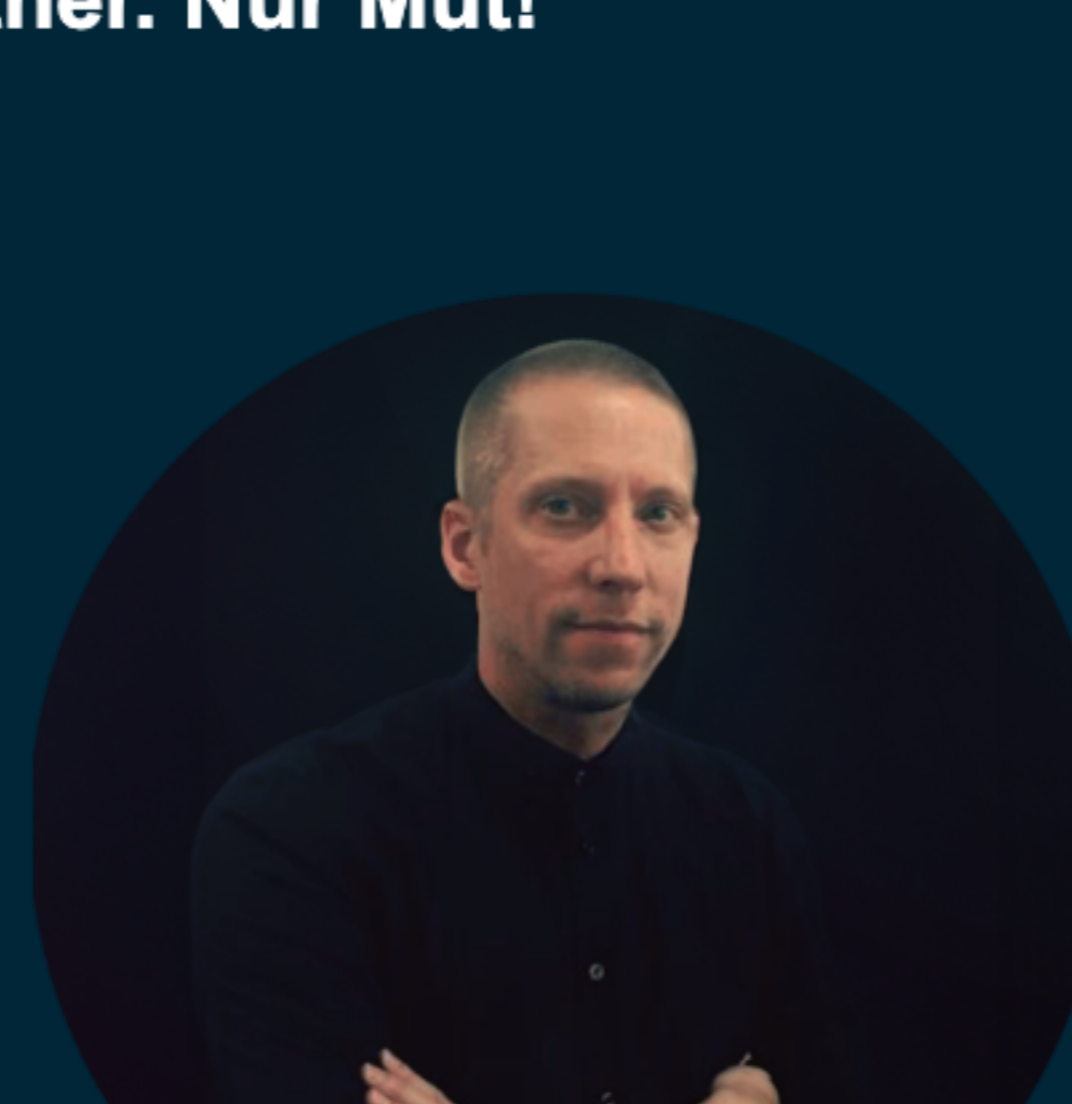
Oder Sie wählen den direkten Weg zu Ihrem  
verlässlich kreativen Marketingpartner. Nur Mut!



Bernd Neisen

[E-MAIL SCHREIBEN](#)

[ONLINE-VISITENKARTEN ANSEHEN](#)



Tobias Voigt

[E-MAIL SCHREIBEN](#)

[ONLINE-VISITENKARTEN ANSEHEN](#)