

# ALLES NEU MACHT DER MAI



## Gesagt, getan: die markenmutigen News.

Wo vor Wochen noch der grüne Screen der Corona Warn-App der favorisierte Hintergrundbildschirm bei unseren All-Hands Videomeetings war, ist es jetzt die Impfterminbestätigung, die Licht am Ende des Tunnels verheißt. Volldampf voraus ist also kein Ziel im pandemischen Nebel, sondern wird mehr und mehr zu gelebter Realität: Das gilt für die Fortführung unserer Azubi-Kampagne, der Einführung unseres Inbound Kompetenz Centers und der Weiterführung automatisiertem Marketings für die Johanniter genauso wie für transformierte Geschäftsmodelle für die Fertigbaubranche und vitalem Markenkarma für Hard Seltzer oder auch Wildtierspezialitäten. Ganz schön viel? Ist es auch. Aber mit unseren hochautomatisierten Produktionstechnologien schaffen wir eben was. Nicht nur im Mai ;-)



## Fortführung der Azubi Jetzt-Erfolgskampagne 2021

Das Wirtschaftsministerium des Landes Rheinland-Pfalz (MWVLW) setzt die Aktivierungskampagne von markenmut (bzw. unseren Employer Branding Spezialisten der Gute Leute GmbH) in



## Sicherheit virtuell inszeniert

Trotz Corona den Kontakt zu den Kunden nicht verlieren. Und die technischen Möglichkeiten nutzen, die digitale Tools ermöglichen. LUX-top®, der Marktführer in Absturzsicherungssystemen, hat

2021 fort. In 2020 sorgten 22,5 Mio. Werbeeinblendungen mit pfiffigen und aufmerksamkeitsstarken Motiven für weit überdurchschnittliche Klickraten und Besucherzahlen der Landingpage [www.ausbildung-rlp.jetzt](http://www.ausbildung-rlp.jetzt). Und auch die Zahl der besetzten Ausbildungsplätze konnte entgegen dem bundesweiten Trend substantiell erhöht werden. Bis 31. August 2021 soll nun eine kreative Social Media Kampagne gepaart mit einer ausgeklügelten SEO-Strategie weitere Handlungsimpulse setzen und Jugendliche motivieren, sich mit dem Thema Ausbildung als echte Alternative zu befassen. Ganz gemäß dem Motto „Influencer ist auch kein Beruf“ werden die Chancen und Möglichkeiten einer fundierten Ausbildung unkonventionell näher gebracht.



## markenformat und Die Johanniter – Chauffeur-Service ohne Grenzen

Seit Juli 2020 ist der Johanniter Marketing Assistent, kurz JOMAS, im laufenden Betrieb. Das von unserem Partner socoto bereitgestellte System erlaubt den Marketingverantwortlichen der einzelnen Verbände, eine Vielzahl von relevanten Arbeiten des Tagesgeschäfts bequem und schnell direkt über das JOMAS abzuwickeln. Darunter fallen Shopbestellungen von Werbeartikeln der Johanniter-Unfall-Hilfe, Anzeigen- und Großflächenbuchungen sowie das Erstellen von individuellen Flyern, Handzetteln oder Postern. Und hier kommt unser Department markenformat ins Spiel. Als Chauffeur-Service übernimmt markenformat die CI gerechte Adaption der bereitgestellten Druckvorlagen in die Template-Formate des JOMAS. Dazu gehören die sinnvolle Verdattung, das Hinterlegen von Preisen und Ansichten genauso wie die Pflege des Portals hinsichtlich neuer Kam-

mit markenmut den virtuellen Messeauftritt für „Heinze ArchitekTOUR 2021“ entwickelt, um sein Leistungsportfolio und die neuesten Innovationen einem ausgewählten Fachpublikum zu präsentieren.

Hierbei handelt es sich um eine Fachmesse, speziell für Architekten, Planer und Ingenieure. Trotz räumlicher Distanz entstand ein Auftritt als Markenerlebnis, der Nahbarkeit, Austausch, Produktpräsentation und Emotionalität als Einheit zusammenbringt. Der von markenmut inszenierte Auftritt schafft die perfekte Brücke zwischen höchsten Sicherheitsanforderungen am Bau bei gleichzeitig höchsten ästhetischen Maßstäben für die Architektur. So geht Messe heute!



## Ausbauhäuser und Bausätze ab sofort im Portfolio

Nein, nicht bei markenmut, aber bei APOLLOHAUS, dem Preis-Leistungssieger für Ausbauhäuser. Gut positioniert in Frechen, bietet der Hersteller hochwertiger Ausbauhäuser das gesamte Portfolio zum Bau von Fertighäusern zum Selbstausbauen an. Unterstützt wurde er beim Markteintritt von einem ganzen Team von markenmutigen, angefangen vom Business Building aus Frankfurt über Website Konzeption und Produktion aus Trier, Content Produktion aus Köln bis hin zur Marketing Automation aus Düsseldorf. Ein übergreifendes Thema, nicht nur thematisch, sondern auch über alle markenmut-Standorte hinweg. Hinzu kam die Zusammenarbeit mit mehreren Dienstleistern im Bereich 3D-Design, Programmierung von Konfiguratoren und der Erstellung von 360°-Rundgängen. So wird die Customer Experience auf der Website zu einem

pagnenseiten sowie einer stets aktuellen Newssektion. Der Erfolg der letzten Monate lässt sich durchaus in Zahlen messen. Rund 700 User zählt das JOMAS und weit über 2500 Shop- und Druckvorlagenbestellungen sowie Anzeigen- und Großflächenbuchungen wurden in den letzten 8 Monaten über das System abgewickelt. Weitere Werke der Johanniter sollen folgen, um das System weiter wachsen zu lassen. Natürlich auch mit der Hilfe von markenmut.

echten Erlebnis. Für APOLLOHAUS hat markenmut mit nur einem Ansprechpartner eine echt schlanke, aber schlagkräftige Organisation bereitgestellt.

Ein Mammutprogramm, dessen erfolgreiches Ergebnis hier zu sehen ist: [www.apollohaus.de](http://www.apollohaus.de).

# INBOUND MARKETING BASICS

markenmut.Camp  
10.06.2021 | 16.00 – 16.45 Uhr



## markenmut.camp zum Reinschnuppern!

Aufgrund der großen Nachfrage bieten wir das markenmut.Camp „Inbound Marketing Basics“ mit unserem Inbound Marketing Manager Daniel Bukowski erstmalig auch unseren Kunden in der Kurzfassung an. In 45 Minuten erhalten Sie einen markenmutigen Quick-Jump in das Thema, das aktuell in allen Marketing Abteilungen diskutiert wird. Eine kurzweilige Veranstaltung mit vielen Insights zur direkten Umsetzung.

[HIER ANMELDEN](#)



## Artemis: Schmeckt einfach Keiler!

Eine neue Brand Identity und eine sichtbare Kampagne für ARTEMIS, den Wildspezialisten. Das Erscheinungsbild bewegt sich bewusst zwischen Tradition (Hirschgeweih, Fotos im Retro-Stil) und modernem, farbenfrohem Design - unkonventionell und aufmerksamkeitsstark in allen Kanälen ausgespielt, um gerade auch die jüngere Zielgruppe für hochwertiges Wild auf dem Speiseplan zu begeistern. Mit diesem einzigartigen und mutigen Auftritt gelingt es ARTEMIS, sich von der Masse der zahlreichen Food-Produkte abzuheben.



## Es ist uns eine Freude!

**Christoph Witt:** Er hat die digitale Welt schon vor Jahren für sich entdeckt und bringt wertvolle Impulse und Erfahrungen in das Team. Als Account Manager für digitale Projekte (Web, Social Media) ist er heute schon nicht mehr wegzudenken. Er kam, um zu bleiben: das freut uns sehr.

**Luisa Scherer:** Grafisches Gespür und eine äußerst sichere Hand in der Interpretation und Weiterentwicklung von Corporate Design. Der Weg war schnell vorgegeben: Von der Hochschule Trier zunächst als freie Mitarbeiterin dazugestoßen ist sie nun schon seit 9 Monaten fester Bestandteil des Teams. Wie haben wir das nur alles vorher geschafft? ;-)

## Automated Winning: Unser Gewinnspiel.

Nicht jeder gewinnt automatisch.  
Aber jeder hat die gleiche Chance zu gewinnen.

Einfach eine Mail mit A), B) oder C) an [mut@markenmut.de](mailto:mut@markenmut.de) senden.

**Wie heißt das auf Marketing Automation spezialisierte Department der markenmut AG?**

**A) AutomatiX**

**B) markenautomat**

**C) Digitalperformancecenterofautomatedstandardprocessoptimizationdepartment**

Unter allen Teilnehmern verlosen wir  
**3 Kaugummi-Automaten** für die Abteilungs-  
küche.



Let's socialize:



markenmut AG • Herzogenbuscher Straße 14 • 54292 Trier • Rheinland-Pfalz • +49 651 93 63 - 0

**markenmut.**  
aktiengesellschaft