

Proseminar: Wie macht man Werbung?

Ingo K. Thielen, M.A. thielen@tazlthielen.de

Universität Duisburg/Essen,

Inst. für Kommunikationswissenschaft, Prof. H.W. Schmitz, SoSe 2006

Briefing: Fallbeispiel 1

Joh. Müller Anlagen- und Maschinenbau GmbH (Müller-Maschinen)

Unternehmen: Anlagenbau zur Herstellung von Schrauben, Metallteilen, Dübeln etc.

120 Mitarbeiter

Sitz im Ruhrgebiet

ca. 40 Kunden bundesweit

Branche: Metall / Maschinenbau

Leistungen/Portfolio:

- 1) Maschinenbau/Anlagenbau
- 2) Installation der Maschinen inkl. Steuerung, Software etc.

Kunden:

Metallverarbeitung, Kunststoffverarbeitung, Automobilzulieferer

Agenturbriefing:

- Konzeption eines Werbeauftritts / der Unternehmenskommunikation
- Neuerstellung der Werbemittel
- (bisherige Kommunikation ist über 10-15 Jahre alt bzw. es gab keine „Werbung“)

Ziele:

- aktive Werbung
- Kommunikation der Leistungen bei Betsands- und Neukunden
- Ansprache neuer Kunden (regional und bundesweit)
- Individuelles Erscheinungsbild (Abgrenzung vom Wettbewerb)

Budget:

25.000 EUR (netto) für 2006