

STUDIO POLSTER FÜR ABSATZWIRTSCHAFT 1

Aufgabe: Die absatzwirtschaft – Deutschlands größte Zeitschrift für Marketing – sollte durch einen Relaunch mit einem magazinigeren Auftritt moderner und konsumierbarer werden.

Lösung: Mit einem mehrstufigen modularen Relaunch inklusive eines Logo-Relaunches wurde die absatzwirtschaft innerhalb von sechs Wochen Step-by-Step neu erfunden.

Danach konnte das neue Layout zusammen mit der Redaktion in den Arbeitsalltag implementiert werden. Zusammen mit der Redaktionsleitung erarbeiten wir redaktionelle Themen und deren Umsetzung. Gemeinsam stellen wir eine kontinuierliche Entwicklung der absatzwirtschaft sicher. Wir betreuen bis heute die Artdirection und komplett organisorische und grafische Produktion, schaffen Monat für Monat ein frisches Titeldesign, neue Illustrationen, Infografiken und ein immer wieder überraschendes Layout. Darüberhinaus wurde die Website erneuert und die Marke digital in den sozialen Medien gespielt.

STUDIO POLSTER FÜR ABSATZWIRTSCHAFT 2

absatzwirtschaft.de GI02/Deutschland & Österreich 14,80 €, Luxemburg 14,80 €, Schweiz 18,00 CHF **10 2017**

absatzwirtschaft

Zeitschrift für Marketing

Allround-Talent
Deutscher Marketing Preis 2017 für Thermomix

Unter Verdacht
Schleichwerbevorwurf gegen Influencer

Messen im Umbruch
Mit welchen Konzepten Veranstalter punkten



Ausgeliefert

Amazon greift den Lebensmittelhandel an.
Wie sich eine Branche gegen die Disruption wehrt

4 190102 114807

absatzwirtschaft.de GI02/Deutschland & Österreich 14,80 €, Luxemburg 14,80 €, Schweiz 18,00 CHF **4 2019**

absatzwirtschaft

Zeitschrift für Marketing

Zverev, Tsitsipas & Co
Die neuen Testimonials des weißen Sports

Micro-Influencer
Glaubwürdig, kompetent, nah an der Zielgruppe

Medienpioniere
Erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle



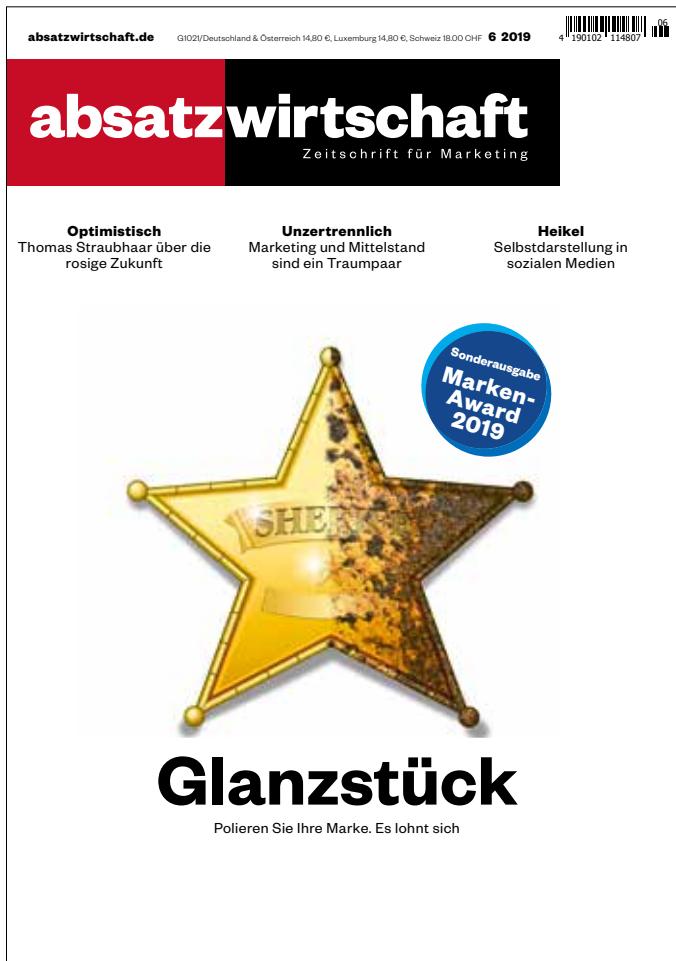
Wo bist du?

Trotz Tools & Targeting sind Konsumenten unberechenbar. Wie Profis sie dennoch finden

Titel zum Thema „Was sich für die deutschen Lebensmittelleinzelhändler alles ändern wird, wenn Amazon diesen Bereich bespielt“

Titel zum Thema „Wie man heute seine Konsumenten findet“

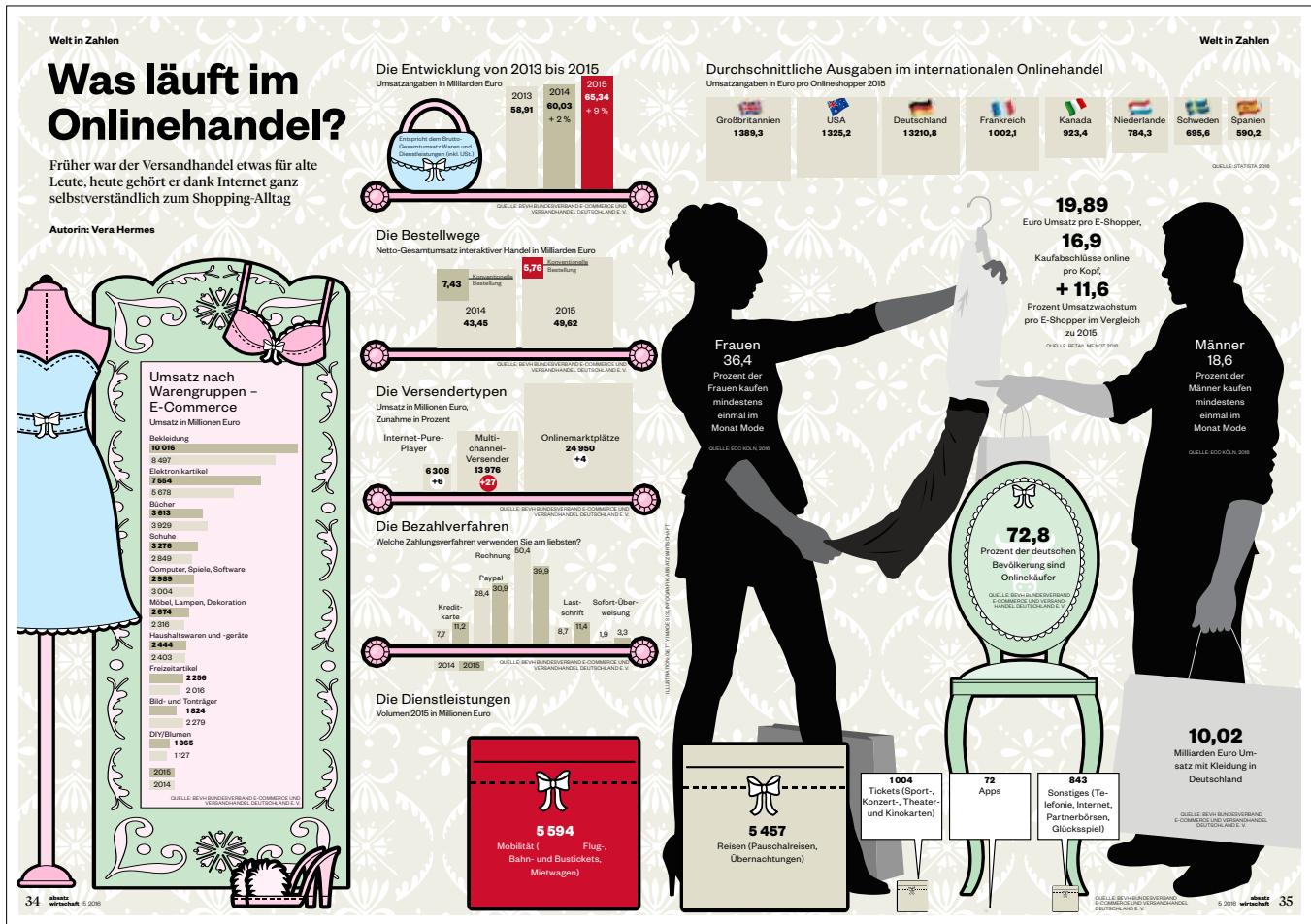
STUDIO POLSTER FÜR ABSATZWIRTSCHAFT 3



Titel zum Thema „Warum es sich heute mehr denn je lohnt, seine Marke zu pflegen und zu entwickeln“

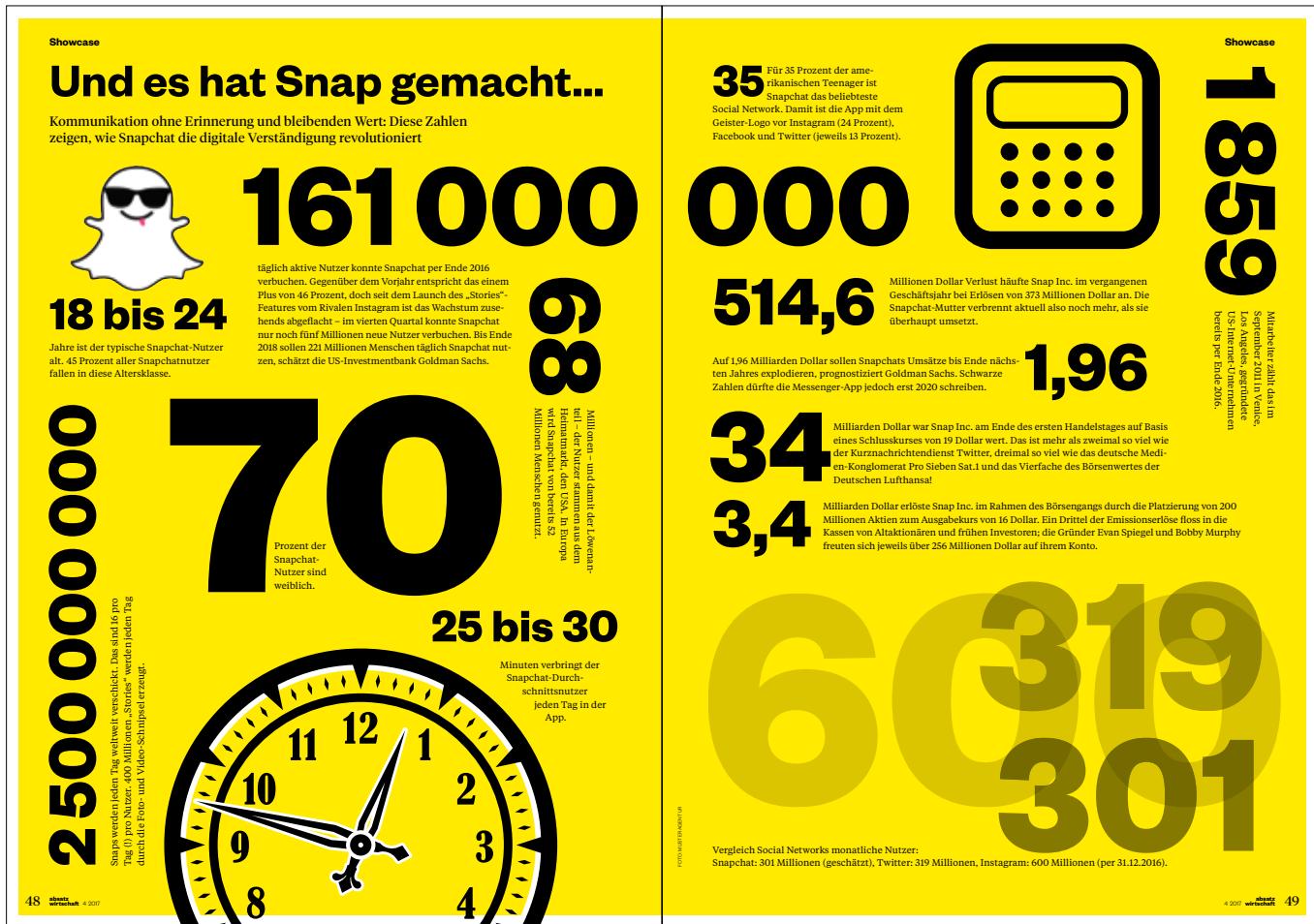
Titel zum Thema „Wie man als Mittelständler erfolgreich in China im Markt auftritt“

STUDIO POLSTER FÜR ABSATZWIRTSCHAFT 4



Doppelseitige Infografik zum Thema „Welt in Zahlen – Die Entwicklung im Onlinehandel“
Recherche, grafische Umsetzung

STUDIO POLSTER FÜR ABSATZWIRTSCHAFT 5



Doppelseitige Infografik zum Thema „Welt in Zahlen – Das Phänomen Snapchat verstehen“
Recherche, grafische und typografische Umsetzung

STUDIO POLSTER FÜR ABSATZWIRTSCHAFT 6

Titelgeschichte

DAS ABSATZWIRTSCHAFT-PREISPIEL

Kein Wert für alle

Mit Hilfe von Big Data und Algorithmen können Händler ihre Preise heute in Echtzeit anpassen. Verbraucherschützer geht das mühsam zu well

Autorin Julia Wulkenau

Hintergrund

Dynamic Pricing: Schnellheit

Die Idee dahinter ist ziemlich cool. Preisgestaltung basiert auf dem Prinzip des sogenannten „Dynamic Pricing“: Der Händler kann seine Preise in Echtzeit anpassen. Das bedeutet, wenn ein Kunde einen Artikel auf einer Plattform wie Amazon oder eBay anschaut, erhält er sofort eine individuelle Angebotsseite. Ein Klick auf den Preis bringt ihn direkt zu dem entsprechenden Angebot.

Markenkönig

Gleich gehört. Du hast einen Handy mit einer Shopping-App und alles kommt dir auf den Bildschirm. Dein Wunsch ist es, dass du auf dem Markt die günstigsten Preise findest.

Achtung! Verbraucherschutz!

Alle Preise werden zurückgesetzt. Du bist der einzige, jetzt ist jeder Kund gleich

Die Augen des Handels

Die hat eine neue Shopping-App und will sie auf dem Markt ausrollen. Dein Wunsch ist es, dass du auf dem Markt die günstigsten Preise findest.

26

Titelgeschichte

Kein Wert für alle

Mit Hilfe von Big Data und Algorithmen können Händler ihre Preise heute in Echtzeit anpassen. Verbraucherschützer geht das mühsam zu well

Autorin Julia Wulkenau

Hintergrund

Dynamic Pricing: Schnellheit

Die Idee dahinter ist ziemlich cool. Preisgestaltung basiert auf dem Prinzip des sogenannten „Dynamic Pricing“: Der Händler kann seine Preise in Echtzeit anpassen. Das bedeutet, wenn ein Kunde einen Artikel auf einer Plattform wie Amazon oder eBay anschaut, erhält er sofort eine individuelle Angebotsseite. Ein Klick auf den Preis bringt ihn direkt zu dem entsprechenden Angebot.

Markenkönig

Gleich gehört. Du hast einen Handy mit einer Shopping-App und alles kommt dir auf den Bildschirm. Dein Wunsch ist es, dass du auf dem Markt die günstigsten Preise findest.

Achtung! Verbraucherschutz!

Alle Preise werden zurückgesetzt. Du bist der einzige, jetzt ist jeder Kund gleich

Die Augen des Handels

Die hat eine neue Shopping-App und will sie auf dem Markt ausrollen. Dein Wunsch ist es, dass du auf dem Markt die günstigsten Preise findest.

27

Titelgeschichte

Kein Wert für alle

Mit Hilfe von Big Data und Algorithmen können Händler ihre Preise heute in Echtzeit anpassen. Verbraucherschützer geht das mühsam zu well

Autorin Julia Wulkenau

Hintergrund

Dynamic Pricing: Schnellheit

Die Idee dahinter ist ziemlich cool. Preisgestaltung basiert auf dem Prinzip des sogenannten „Dynamic Pricing“: Der Händler kann seine Preise in Echtzeit anpassen. Das bedeutet, wenn ein Kunde einen Artikel auf einer Plattform wie Amazon oder eBay anschaut, erhält er sofort eine individuelle Angebotsseite. Ein Klick auf den Preis bringt ihn direkt zu dem entsprechenden Angebot.

Markenkönig

Gleich gehört. Du hast einen Handy mit einer Shopping-App und alles kommt dir auf den Bildschirm. Dein Wunsch ist es, dass du auf dem Markt die günstigsten Preise findest.

Achtung! Verbraucherschutz!

Alle Preise werden zurückgesetzt. Du bist der einzige, jetzt ist jeder Kund gleich

Die Augen des Handels

Die hat eine neue Shopping-App und will sie auf dem Markt ausrollen. Dein Wunsch ist es, dass du auf dem Markt die günstigsten Preise findest.

28

Titelgeschichte

Was falsches Pricing kostet

Die klimaneutralen Ausprägungen von Preisen sind die Heilige Gral der Betriebswirtschaft. Er verspricht maximale Erträge bei minimalen Investitionen – aber nur, wenn man es richtig macht

Autor Frank Puscher

Hintergrund

Wie transparent müssen Preise sein?

Der Preis ist einer von wenigen Faktoren, die die Kaufentscheidung beeinflussen. Aber es gibt noch viele andere. Eine transparente Preisgestaltung ist daher entscheidend für den Erfolg eines Produkts.

Markenkarier

Der Preis ist kein Zufall. Er ist die Summe aller Kosten, die in die Produktion und Entwicklung eines Produkts fließen. Und er ist nicht das Ergebnis eines Zufalls.

Auf die Hörer ist es kein Zufall

Wer hat am Uhr? Wer hat die Shopping-Zeit? Wer hat die Nachfrage? Wer hat die Ressourcen und muss zweimal Preis hochsetzen?

Schulzverkauf

Der Kaufpreis ist kein Zufall. Er ist die Summe aller Kosten, die in die Produktion und Entwicklung eines Produkts fließen. Und er ist nicht das Ergebnis eines Zufalls.

Auf die Blöck!

Du hast die Preise ausreichend verglichen und zahlst mehr als andere. Schade.

Die Augen des Handels

Die hat eine neue Shopping-App und will sie auf dem Markt ausrollen. Dein Wunsch ist es, dass du auf dem Markt die günstigsten Preise findest.

29

Titelgeschichte

Was falsches Pricing kostet

Die klimaneutralen Ausprägungen von Preisen sind die Heilige Gral der Betriebswirtschaft. Er verspricht maximale Erträge bei minimalen Investitionen – aber nur, wenn man es richtig macht

Autor Frank Puscher

Hintergrund

Wie transparent müssen Preise sein?

Der Preis ist einer von wenigen Faktoren, die die Kaufentscheidung beeinflussen. Aber es gibt noch viele andere. Eine transparente Preisgestaltung ist daher entscheidend für den Erfolg eines Produkts.

Markenkarier

Der Preis ist kein Zufall. Er ist die Summe aller Kosten, die in die Produktion und Entwicklung eines Produkts fließen. Und er ist nicht das Ergebnis eines Zufalls.

Auf die Hörer ist es kein Zufall

Wer hat am Uhr? Wer hat die Shopping-Zeit? Wer hat die Nachfrage? Wer hat die Ressourcen und muss zweimal Preis hochsetzen?

Schulzverkauf

Der Kaufpreis ist kein Zufall. Er ist die Summe aller Kosten, die in die Produktion und Entwicklung eines Produkts fließen. Und er ist nicht das Ergebnis eines Zufalls.

Auf die Blöck!

Du hast die Preise ausreichend verglichen und zahlst mehr als andere. Schade.

Die Augen des Handels

Die hat eine neue Shopping-App und will sie auf dem Markt ausrollen. Dein Wunsch ist es, dass du auf dem Markt die günstigsten Preise findest.

30

Titelgeschichte

Transparenz ist wichtiger als der letzte Cent Marge^{2*}

Andreas Kapke, Professor an der Hochschule Bochum, beschreibt die Preisgestaltung als eine Art Marketingstrategie, die funktioniert. Ganz wichtig ist, dass sie nicht nur auf den Preis konzentriert ist, sondern auch auf die Qualität des Produkts.

Kundenbefragung

Herr Kapke, was ist das Wichtigste, was Sie für den Preis決定すると思います。

Die Crowds kommt

Transparenz ist wichtig, um die Kaufentscheidung zu beeinflussen. Wenn der Kunde weiß, dass der Preis transparent ist, wird er sich sicherer fühlen.

Der Preis ist, was du draus machst

Überzeugen Sie mich, warum der Preis so wichtig ist.

Die Crowds kommt

Transparenz ist wichtig, um die Kaufentscheidung zu beeinflussen. Wenn der Kunde weiß, dass der Preis transparent ist, wird er sich sicherer fühlen.

Der Preis ist, was du draus machst

Überzeugen Sie mich, warum der Preis so wichtig ist.

Die Crowds kommt

Transparenz ist wichtig, um die Kaufentscheidung zu beeinflussen. Wenn der Kunde weiß, dass der Preis transparent ist, wird er sich sicherer fühlen.

31

Titelgeschichte

Transparenz ist wichtiger als der letzte Cent Marge^{2*}

Andreas Kapke, Professor an der Hochschule Bochum, beschreibt die Preisgestaltung als eine Art Marketingstrategie, die funktioniert. Ganz wichtig ist, dass sie nicht nur auf den Preis konzentriert ist, sondern auch auf die Qualität des Produkts.

Kundenbefragung

Herr Kapke, was ist das Wichtigste, was Sie für den Preis決定すると思います。

Die Crowds kommt

Transparenz ist wichtig, um die Kaufentscheidung zu beeinflussen. Wenn der Kunde weiß, dass der Preis transparent ist, wird er sich sicherer fühlen.

Der Preis ist, was du draus machst

Überzeugen Sie mich, warum der Preis so wichtig ist.

Die Crowds kommt

Transparenz ist wichtig, um die Kaufentscheidung zu beeinflussen. Wenn der Kunde weiß, dass der Preis transparent ist, wird er sich sicherer fühlen.

Der Preis ist, was du draus machst

Überzeugen Sie mich, warum der Preis so wichtig ist.

Die Crowds kommt

Transparenz ist wichtig, um die Kaufentscheidung zu beeinflussen. Wenn der Kunde weiß, dass der Preis transparent ist, wird er sich sicherer fühlen.

32

Titelgeschichte

Was für ein Block!

Der Preis ist kein Zufall. Er ist die Summe aller Kosten, die in die Produktion und Entwicklung eines Produkts fließen. Und er ist nicht das Ergebnis eines Zufalls.

Die Augen des Handels

Die hat eine neue Shopping-App und will sie auf dem Markt ausrollen. Dein Wunsch ist es, dass du auf dem Markt die günstigsten Preise findest.

33

Titelgeschichte zum Thema „Pricing – die Vor- und Nachteile der modernen und datengetriebenen Preisgestaltung für die Marke“. Storytelling, grafische Umsetzung.

1. Preis für Fachjournalismus.