

**TRADE
MARKETEERS™**

BRANDING, PACKAGING & MARKETING

Design)
is
Thinking
made
Visual

FULL-SERVICE FÜR STARKE MARKEN

Branding & Strategie

- ▶ Branding
- ▶ Markenführung
- ▶ Naming
- ▶ Kampagne
- ▶ Strategische Beratung
- ▶ Strategie-Workshops
- ▶ Produktberatung
- ▶ Vertriebsberatung
- ▶ Marktforschung

Packaging & Design

- ▶ Packaging Design
- ▶ Corporate Design
- ▶ Fotoshooting /
Food Styling
- ▶ 3D-Visualisierung

Marketing & Vertrieb

- ▶ Trade Marketing
- ▶ Brand Activation
- ▶ VkF-Maßnahmen
- ▶ Sales Marketing
- ▶ POS-Kommunikation
- ▶ Filmproduktion
- ▶ 3D-Animation
- ▶ Radio
- ▶ Event & Messe

Online-Marketing

- ▶ Social Media
- ▶ SEO & SEA
- ▶ Online-Kampagne
- ▶ Website-Gestaltung

FF

Markenführung

**HEISST FÜR UNS VOR ALLEM
VERANTWORTUNG**

”



DIE SPEZIA DER *Mar*



Olaf Uri Menke und
Joosten Brüggemann,
Managing Partner

LISTEN ken

**ALS MARKEN-EXPERTEN, BESONDERS AUCH FÜR HANDELS-
MARKEN, FOKUSSIERT SICH UNSERE WERBEAGENTUR AUF
LANGFRISTIGES BRANDING UND GANZHEITLICHE KONZEPTE.
UND DAS SOWOHL FÜR B2C ALS AUCH FÜR B2B.**

TRADE MARKETEERS ist eine Branding- und Design-Agentur, ...

... die Kommunikationsberatung mit strategischem Ansatz integriert. Seit über 25 Jahren arbeiten Joosten Brüggemann und Olaf Uri Menke interdisziplinär – als Senior Consultant und Creative Director in den so genannten klassischen als auch Design- oder New Media-Agenturen. Beide waren Marketingleiter und Geschäftsführer auf Kundenseite.

Joosten Brüggemann war zuvor als Geschäftsführer der Bünting E-Commerce mit myTime.de und Leiter Marketing der J. Bünting Beteiligungs AG – hier u. a. verantwortlich für alle Handelsmarken. Olaf Uri Menke war zudem 13 Jahre als Hochschuldozent für Medienmanagement, Internet-Marketing und Design sowie über zehn Jahre mit der eigenen Agentur für Markenführung, Branding und Packaging-Design tätig.

Das gesamte Agenturteam besteht aus Spezialisten, die auch komplexe Aufgabenstellungen in den Design- und Produktionsprozessen begleiten.

INTERNATIONALER Erfolg

Jeden Tag



MARKANT ©

- ▶ LAUNCH Jeden Tag in 2009: 800 Produkt-Packagings in 27 Ranges sowohl im Food- als auch im Near- und Non-Food-Bereich
- ▶ In Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien als die internationale Preiseinstiegsmarke
- ▶ Immense Cross-Selling-Effekte
- ▶ Markenarchitektur: Abbildung aller Produktkategorien im markanten Color Code
- ▶ Hervorragende Aufmerksamkeit und Wiedererkennung dank Blockbildung
- ▶ Dem Kunden wird deutlich signalisiert, dass alle Produktkategorien gebündelt in einem Markt erhältlich sind, so entfällt der Weg zum Discounter
- ▶ Bündelung der Marketingausgaben auf eine Marke
- ▶ Kontinuierliches Marketing und konstante Markenführung
- ▶ RELAUNCH Jeden Tag und Jeden Tag BIO in 2021: über 1.000 Artikel
- ▶ Zudem Einführung der Marke My Price im nicht deutschsprachigen Ausland und im selben Corporate Design



HYGIENE-RANGE

Diverse Hygieneprodukte im speziellen Design

EINFÜHRUNGSKAMPAGNE

U. a. Anzeigen, Großflächen 18/1, POS-Aktivitäten, Social-Media, LKW-Beschriftung, Handzettel (Vergleich mit ALDI und Netto), Verkostungen, Promotions, Gewinnspiele, Radio, Website-Gestaltung



**LAUNCH JEDEN TAG 2009
800 PRODUKT-PACKAGINGS**

Sämtliche Produkt-Ranges werden gelauncht. Somit wird Jeden Tag gemessen an der Artikelanzahl zu Europas größter Preiseinstiegsmarke

- + Leichte Lesbarkeit
- + Taste Appeal (Foto, Ausstattung)
- + Hohe POS-Tauglichkeit (Format/Adapterbarkeit)
- + Blockbildung (Cross-Selling, Convenience-Shopping)
- + Unverwechselbares Raster

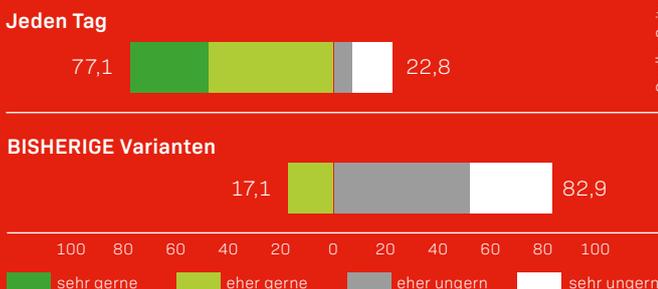


Jeden Tag ersetzte mit Einführung folgende 12 Preiseinstiegsmarken



MARKTFORSCHUNG

Wie gerne würden Sie Produkte kaufen, die diese Verpackungsgestaltung haben?



Quelle: Seite 38

**RELAUNCH
JEDEN TAG 2021**

Über 1.000 Artikel in allen Ranges



SPEZIAL-RANGES

Hygieneartikel, WPR, Pet-Food und weitere Produkt-Ranges werden nach speziellen Design-Richtlinien gestaltet, ohne ihren Cross-Selling-Vorteil zu verlieren



**RELAUNCH
JEDEN TAG BIO 2021**

Einführung der Marke
Jeden Tag BIO im neuen Design



**LAUNCH
MYPRICE 2021**

Im nicht deutschsprachigen Ausland wird die Preiseinstiegs-marke My Price im gleichen Corporate Design etabliert



150 Händler
in 14 Ländern

Bei +8 °C mindestens

KÜSTEN  GOLD

KÜSTEN  GOLD

Frische
VOLL
MILCH

pasteurisiert,
länger haltbar

KÜSTENGOLD Vollmilch
ist ein Lebensmittel
ausgewählter Produzenten.
Dabei achten wir auf
beste Qualität und
garantierte Frische.
KÜSTENGOLD:
Für die Menschen von hier.

Weitere Informationen unter:
www.kuestengold.de

1 Liter

KÜSTEN GOLD



CORN FLAKES

knusprig geröstete
Maisflocken



| Nährwert | pro 100 g | pro 30 g | pro 120 g |
|-----------------|-----------|----------|-----------|
| Energie | 432 kJ | 129 kJ | 518 kJ |
| Fett | 1,2 g | 0,36 g | 1,44 g |
| Kohlenhydrate | 80 g | 24 g | 96 g |
| davon Zucker | 0,5 g | 0,15 g | 0,6 g |
| Faser | 1,6 g | 0,48 g | 1,92 g |
| Protein | 11,5 g | 3,45 g | 13,8 g |
| Minerale | 0,8 g | 0,24 g | 0,96 g |
| Vitamine | | | |
| | NDR* | NDR* | |
| Niacin | 15,7 mg | 4,71 mg | 18,84 mg |
| Thiamin | 0,5 mg | 0,15 mg | 0,6 mg |
| Riboflavin | 1,2 mg | 0,36 mg | 1,44 mg |
| Vitamin B6 | 1,7 mg | 0,51 mg | 2,04 mg |
| Vitamin B12 | 1,4 mg | 0,42 mg | 1,68 mg |
| Vitamin B1 | 1,2 mg | 0,36 mg | 1,44 mg |
| Folsäure | 170 µg | 51 µg | 204 µg |
| Vitamin D2 | 0,05 µg | 0,015 µg | 0,06 µg |

* Mit Capsulieren Topakt gemäß EU-Richtlinie zur Nährwertkennzeichnung

* Nährwertwerte unterliegen den bei Nährwertangaben üblichen biologischen Schwankungen.

KNUSPRIG GERÖSTETE MAISFLOCKEN

ZUTATEN: Le Pâte-Mais (92%), Zucker, Gerstentrentschmelze, Salz, Niacin, Vitamin E, Colicin-3-Pentamerat, Vitamin B6, Vitamin B12, Vitamin B1, Folsäure, Vitamin B12.

Wichtig für Mütter: Kann Spuren von Milch, Eiern und anderen Allergenen enthalten.

...L...
...CH

Indestens
8 % Fett
natürlicher Fettgehalt,
sterilisiert, länger haltbar

ausgewählten
Bauernhöfen



KONTINUIERLICHE *Optimierung*



- ▶ In Deutschland in über 650 Märkten vertrieben
- ▶ Launch in 2006, Relaunch von Marke und Packaging-Design in 2012 / 13
- ▶ Markenarchitektur: Abbildung aller Produktkategorien im einheitlichen Color Code
- ▶ Hervorragende Aufmerksamkeit und Wiedererkennung dank Blockbildung
- ▶ Dem Kunden wird deutlich signalisiert, dass er in den Märkten alle Produktkategorien erhält
- ▶ Kontinuierliche Markenführung und Marketing
- ▶ Sehr hohe Kundenakzeptanz und Wahrnehmung als Regional- bzw. A-Marke: „Für die Menschen von hier.“

- + **Leichte Lesbarkeit**
- + **Taste Appeal**
(Foto, Ausstattung)
- + **Hohe POS-Tauglichkeit**
(Format/Adaptierbarkeit)
- + **Blockbildung**
(Cross-Selling, Convenience-Shopping)
- + **Unverwechselbares Raster**

550 PRODUKT-PACKAGINGS

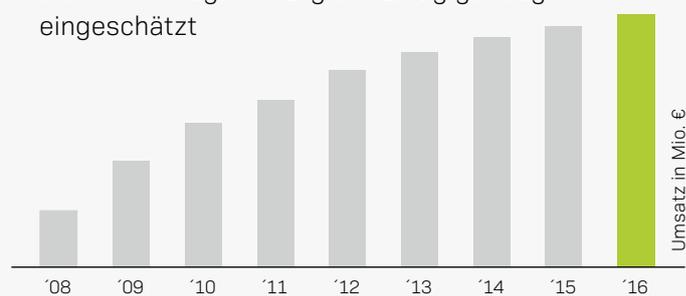
in 12 Ranges im Food-Bereich



MARKTFORSCHUNG

(Vergleich mit allen anderen LEH-Handelsmarken)

- ▶ In der aktiven als auch passiven Markenbekanntheit von Passanten liegt Küstengold auf Platz 3 unter allen Marken, auf Platz 1 bei den Mittelpreismarken
- ▶ In der aktiven als auch passiven Markenbekanntheit von Marktbesuchern liegt Küstengold auf Platz 1 unter allen Marken
- ▶ In der Zuordnung der jeweiligen Marke zum richtigen Markt liegt Küstengold bei Passanten und Marktbesuchern auf Platz 1 unter allen Marken
- ▶ Küstengold wird gegenüber allen Mittelpreismarken als hochwertiger UND gleichzeitig günstiger eingeschätzt



Umsatz in Mio. €
Quelle: Seite 38



WERDER BREMEN-KOOPERATION

Anzeigen, POS-Aktivitäten, On-Pack Gewinnspiele, Social Media, Promotions, Radio, Website-Gestaltung, Sampling im Stadion



EINFÜHRUNGSKAMPAGNE

mit prominenten Testimonials
Anzeigen, POS-Plakate, Großflächen 18/1, Social Media, Website-Gestaltung, Radio, TV-Wetter-Präsentation



STICKER-PROMOTION

Loyalty-Sammelaktion mit Jan & Lotta
Anzeigen, Stickerbuch, POS-Aktivitäten, POS-Plakate, Großflächen 18/1, Social Media, Website-Gestaltung, Radio





Schweineöhrchen

Süßes Blätterteiggebäck

6,5 g (ca. 1 Stück) enthalten:

| Kalorien | Zucker | Fett | gesättigte Fettsäuren | Natrium |
|----------|---------|---------|--------------------------|---------|
| 35 kcal | 1,4 g | 1,6 g | 0,8 g | 0,031 g |
| 2% GDA* | 2% GDA* | 2% GDA* | 4% GDA* | 1% GDA* |

KAISER'S TENGELMANN
Star Marke

Jippijajey:
**Schweine-
öhrchen!**

Genießen wie ein Star. **KAISER'S**

STAR MARKE

RELAUNCH EINES Stars



**250 PRODUKT-
PACKAGINGS**

In 26 Ranges im
Food-Bereich

Vor dem
Relaunch



**KAISER'S
TENGMANN**

- ▶ In Deutschland in über 500 Märkten vertrieben
- ▶ Relaunch der Marke und Packaging-Design in 2012 / 2013
- ▶ Repositionierung als Qualitätsmarke, hohe Emotionalisierung des Aufttritts, Maßnahmen zur Kunden- als auch zur Mitarbeiteransprache
- ▶ Abbildung aller Produktkategorien in einem Color Code, hervorragende Aufmerksamkeit und Wiedererkennung dank Blockbildung



STAR-OFFENSIVE

Double-Kampagne mit 5 Motiven
Großflächen 18/1, Kinospot/viraler Spot

Scannen
und Stars in
Aktion erleben

GOLDMARIE

WIE IN DER GUTEN ALTEN

Zeit



100 PRODUKT-PACKAGINGS

In 8 Ranges im Food-Bereich



Goldmarie

So gut wie vom Wochenmarkt.



Bünting

UNTERNEHMENSGRUPPE

- ▶ In Deutschland in über 650 Märkten vertrieben
- ▶ Positionierung als Mehrwertmarke, „So gut wie vom Wochenmarkt“, ohne dabei eine spezielle Region direkt zu kommunizieren. Auf diese Weise wird die Marke allerorts als regional wahrgenommen.
- ▶ Abbildung aller Produktkategorien in einem Color Code, hervorragende Aufmerksamkeit und Wiedererkennung dank Blockbildung



POS-Film



Anzeigen



POS-Plakate



Flyer

LKW-Beschriftung







LENAS KÜCHE

Suppe, DIE UNS GUT SCHMECKT



Frische Werbeimpulse auf allen Kanälen.

Entwicklung eines kompletten Redesigns der Becher: Neuer Hintergrund, appetitliche Bilder und ein neues Logo mit einem schlichten und einprägsamen Schriftzug. Dazu kommt der passende Markenauftritt in allen Kanälen. Damit tritt Lenas Küche in den Regalen noch auffälliger auf und schenkt der Marke einen hohen Wiedererkennungswert.

Dank Geschmack und passendem Relaunch wird Lenas Küche zum „Bestseller 2017“ gekürt.

- ▶ Branding
- ▶ Logoentwicklung
- ▶ Marketing
- ▶ Messe
- ▶ Packaging und Packshot-Erstellung
- ▶ PR
- ▶ Salesfolder
- ▶ Verkaufsförderung
- ▶ Website-Gestaltung

TASTE THE BESTSELLER

B2B-Ansprache:

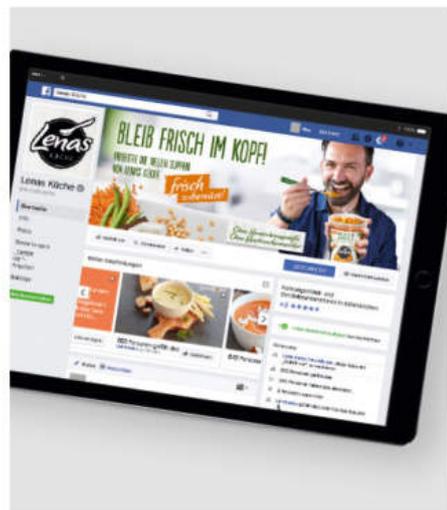
Messeauftritt, Messeflyer, Anzeigen, Weihnachtskarte, u.v.m.





14 FRISCHE SORTEN

Logoentwicklung, Packaging-Design, Produktfotografie, PR-Bilder, Packshots



BLEIB FRISCH IM KOPF

B2C-Ansprache:
Großflächen, Website,
Social Media, Anzeigen, u.v.m.





**SPRITZIGES
PACKAGING**

4 Saisonsorten,
Winter- und
Sommertraum

**ICH FÜHL' MICH
NATURELLE**

Vertriebsberatung
und -unterstützung
der Mineralwasser-
linie, speziell für die
Bedürfnisse der Frau.
U. a. in Form von
Großflächen, Etikett-
optimierung, Neck-
hanger, Beileger,
LKW-Design,
Social Media



CAROLINEN

UNS KANN MAN DAS *Wasser* REICHEN

Carolinen

Markenführung aus gutem Grund.

Wenn sich ein Mineralwasser „Lieblingswasser von Mutter Natur“ nennt, ist die Verantwortung der Markenführung hoch. Mit diesem Anspruch unterstützen wir Carolinen in den Package-Konzeptionen sowie den begleitenden Verkaufsförderungskonzepten. Daneben helfen wir der Marke auch saisonal zu punkten und dem Handel immer neue Impulse zu geben.

Mit dem größten deutschen Getränke-lieferdienst „Flaschenpost“ können wir Naturelle beim Verbraucher emotional in Szene setzen. Idee, Kooperation und Umsetzung aus einer Hand.

- ▶ Branding
- ▶ Kampagne
- ▶ LKW-Gestaltung
- ▶ Marketing
- ▶ Packaging
- ▶ Promotion
- ▶ Verkaufsförderung



12 FRISCHE SORTEN

in 2 Größen – Logoentwicklung,
Packaging-Design, Packshots

PEPPE GELATO

Natürlich MEHR UMSÄTZE

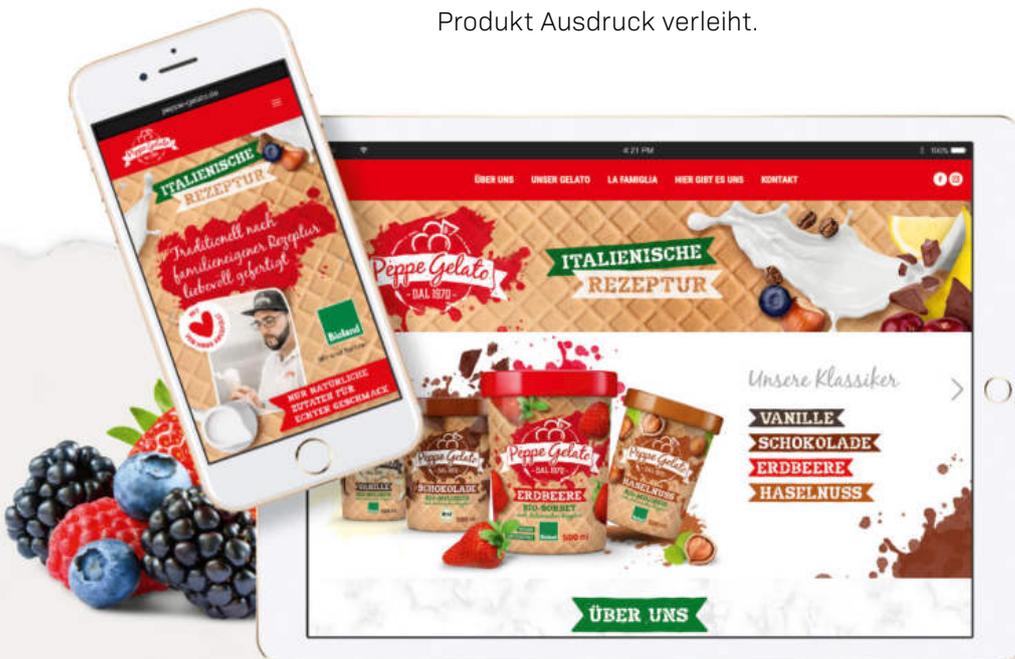


Italienisches Bio-Eis erobert den Markt.

Über Generationen und 50 Jahre hinweg wird die Tradition der italienischen Eisherstellung weitergegeben und findet nun den Weg auch in das Regal der Händler.

Bis zu diesem Weg gilt es eine Marke zu schaffen, die charmant Moderne und Tradition wie auch Qualität und Liebe zum Produkt Ausdruck verleiht.

- ▶ Branding
- ▶ Logoentwicklung
- ▶ Packaging und Packshot-Erstellung
- ▶ Salesfolder
- ▶ Website-Gestaltung



Responsives Webdesign



Salesfolder



Pepe Gelato
- DAL 1970 -

**NATÜRLICH
MEHR-UMSÄTZE**

- » Produziert in Deutschland
- » Traditionell italienische Rezeptur
- » 2 attraktive Größen: 500 ml und 135 ml

MIT **VON HAND ABGEFÜLLT**





VOSSKO GOES VEGGIE

Vegetarische und vegane Packaging-Range für das grüne Gewissen



VOSSKO

FINGERFOOD ZUM *Anbeißen*



Topseller-Gestaltungen, die nicht nur lecker aussehen, sondern sich im Markt festbeißen.

Neben der regelmäßigen Veröffentlichung der Mitarbeiterzeitung betreuen wir Vosso vor allem mit frischen Neu-Gestaltungen.

- ▶ Branding
- ▶ Editorial Design
- ▶ Packaging und Packshot-Erstellung
- ▶ Vertriebsberatung





**DIE NEUE RANGE
IM FRISCHEN DESIGN**

Branding, Packaging, Anzeigen,
Sales-Unterstützung, 3D-Animation



VIELE MARKEN

full Service



Markenführung per excellence.

Betreuung vom Launch neuer Marken, Strategieberatung bis zur Packaging-Gestaltung. Produktvorteile werden herausgearbeitet, um den Handel zu überzeugen.

- ▶ Strategieberatung
- ▶ Naming
- ▶ Branding
- ▶ Packaging
- ▶ Salesfolder
- ▶ Vertriebsberatung



EINFACH UND LECKER

Package-Gestaltung, Anzeigen und Listungsunterlagen für Hausmessen sowie Warenbörsen



KRAFTVOLL IN DEN MARKT

Vertriebs- und Kommunikationsunterstützung der neuen MeinQ-Produkte





GOLDENE ZEITEN

Packaging, Sales-Unterlagen, 3D-Animation



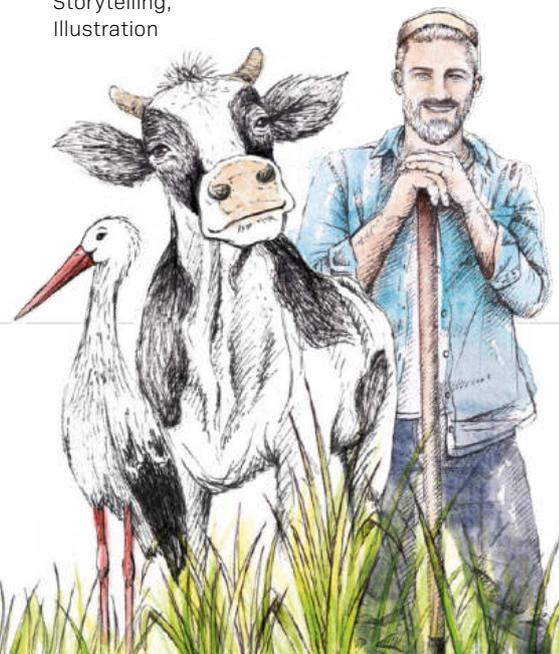
Deckel mit Trinköffnung

EINE NEUE REGIONALMARKE

Das volle Dienstleistungsprogramm der TRADE MARKETEERS: Brainstorming, Storytelling, Naming, Branding, Illustration, MaFo, Packaging, Sales-Unterlagen und -Presenter, Internetauftritt, Hörspiel, Großfläche, POS-Kommunikation, Social Media, u.v.m.



Storytelling, Illustration



MONDELÉZ

MIT LIEBE *schenken*



Als Beispiel unserer Brand Activation-Konzepte für Mondeléz' wohl bekannteste Marke Milka steht diese Coop-Promotion mit CEWE und dem Drogeriehändler Müller.

Idee, Konzept, Gesprächsmoderation der Coop-Partner, Design der gesamten Kommunikationsmaßnahmen Online und Offline, bis hin zur Reinzeichnung: alles aus dem Hause TRADE MARKETEERS.

So entsteht eine hoch individuelle Mechanik, in der der Kunde seinen Liebsten einen selbstgestalteten Kalender schenken kann. Beginnend mit einer großen Weihnachts-Promotion, die aufgrund ihres Erfolges zu Ostern wiederholt wird.

- ▶ Branding
- ▶ Brand Activation
- ▶ Online-Werbebanner
- ▶ POS-Kommunikation



cewe

Fotokalender* gewinnen

beim Kauf von
3 x Milka
Weihnachtsprodukten

mehr auf mueller.milka.de

* Fotokalender im Wert von €10,- € 10,- ab dem CEWE-Warenkorb mit 3 Produkten.
Der Betrag des Einkaufswerts kann auf andere beliebige Produkte umgerechnet werden.
anlieferbar auf www.mueller.de/keo-de/branding/aktivieren/bis-31.12.2021_Dog_Schneeliebhaber

OSTER-PROMOTION

Aufgrund der erfolgreichen Weihnachts-Promotion wiederholen die Partner die Aktion zu Ostern



WEIHNACHTS-PROMOTION

Attraktive POS-Kommunikation unterstützt durch Online-Maßnahmen



FLOW TEA

KULTIGE Erfrischung



Flow Tea

A brand is born – 4 frische Sorten für den Flow.

- ▶ Anzeigen
- ▶ Branding
- ▶ Packaging und Packshot-Erstellung
- ▶ POS-Aktivitäten
- ▶ Salesblatt



ELO-FROST

GANZ SCHÖN *cool*

19 COOLE SORTEN

in diversen Größen – Packaging Relaunch und Packshot-Erstellung

Markenführung seit 10 Jahren.

Die Frische vom Feld findet sich in Form eines relaunched Packagings mit der entsprechenden Kommunikationsunterstützung in den heimischen Truhen.

- ▶ Anzeigen
- ▶ Branding
- ▶ Packaging- und Packshot-Erstellung
- ▶ Website-Gestaltung



ELO-FROST GOES BIO

Packaging-Konzept für die Bio-Range



UNSER BUNTES *Potpourri*

ABRAHAM BIO

Konzept Packaging
und Branding



WADEN

Logo-Eier Website-Gestaltung



PRINGLES

Brand Activation Konzept



SOLCINA

Strategie- & Vertriebsberatung, Naming, Branding, Packaging, Salesfolder, Website



NATREEN

OnPack-Promo



HUNFELD

4 Weine, 1 Secco – gemäß der Produktlinienbezeichnung „Fancy the Wine“ wird die Traube in Szene gesetzt und hebt sich gekonnt von der Konkurrenz ab.



SAN LOUIS
Branding, Packaging



LÖSCHDEPOT
Handzettelkonzept



LIKE
Naming, Branding, Packaging



FILM- PRODUKTION

eyedancer[®]

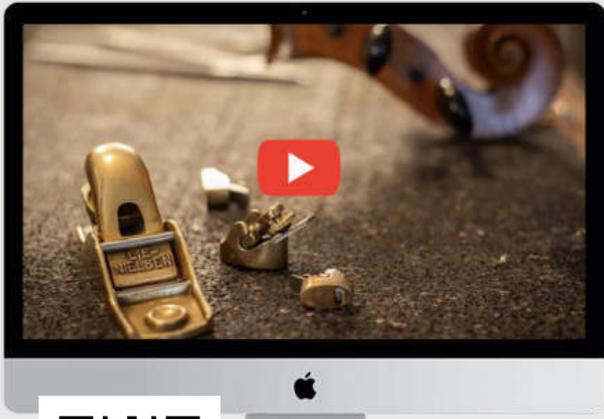
Unsere angegliederte Tochtergesellschaft

Eine Besonderheit unserer Werbeagentur ist sicherlich auch unsere eigene Tochtergesellschaft, die Filmproduktion eyedancer.

Mit über 25 Jahren Erfahrung unseres Mitgesellschafters bieten wir unter dem Namen eyedancer seit 2006 hochprofessionelle Dienstleistungen an, die entweder Ihre Aufgabenstellungen an TRADE MARKETEERS ergänzen oder losgelöste Aufgaben erfüllen.

Ob Imagefilme, Investoren-Filme, Erklärvideos, virale Spots, Kinospots, Musikvideos oder auch TV-Spots, eyedancer bietet den gesamten Workflow aus einer Hand an. Vom Storyboard, über das Drehbuch zum Location Scouting und Casting sowie Regie, Ton, Licht und Post. Besonders im Bereich 3D-Animation haben wir eine ausgezeichnete Expertise.

www.eyedancer.de



Exoten & Handwerk



Sturmmeiche



ShouSugiBan

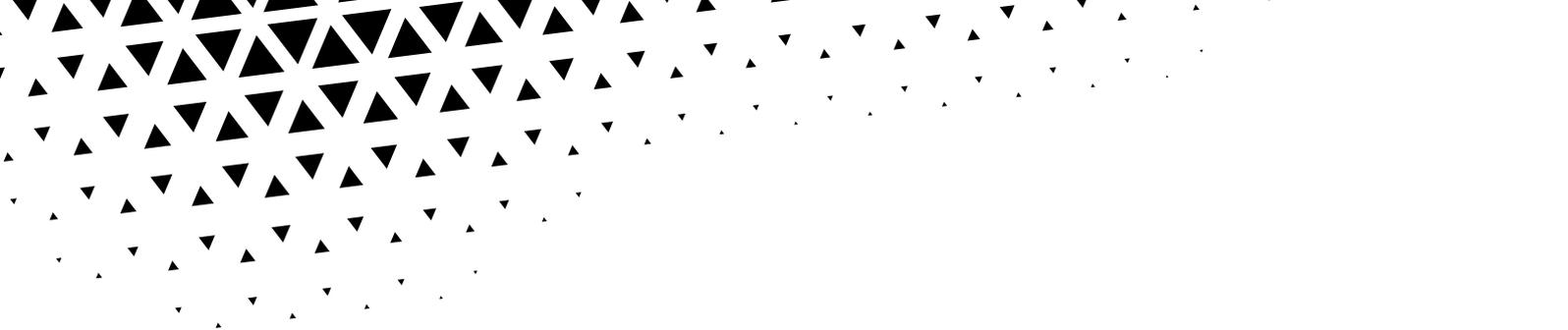


Imagefilm



KAISER'S TENGELMANN

Starmarke
Kinospot /
Viral Spot



Together?
we are
Stronger!

Literaturverzeichnis:

Deutscher Fachverlag: Lebensmittel Zeitung | Feseck Marketing-Research |
Esch, F. R.: Strategie und Technik der Markenführung | AG KPMG: Trends im Handel |
Burkhardt, A.: Die Betriebstypenmarke im stationären Einzelhandel

**WOLLEN SIE MIT UNS
ARBEITEN?**
Briefen Sie uns!

VISITENKARTE NICHT AUFFINDBAR?
DANN MELDEN SIE SICH EINFACH HIER:

info@trademarketeers.de
oder +49 441 77 068 501

TRADE MARKETEERSTM

BRANDING, PACKAGING & MARKETING

TRADE MARKETEERS

Branding & Packaging GmbH & Co. KG

Ammerländer Heerstr. 231 | 26129 Oldenburg

T +49 441 77 068 501 | F +49 441 77 068 382

Büro Hamburg:

Kielortallee 21d | 20144 Hamburg

T +49 40 18 080 112

info@trademarketeers.de

www.trademarketeers.de