

## **Der Weg in die Selbständigkeit**

- 1987           Abschluß des Studiums der Betriebswirtschaftslehre
- 1987-1989     Außendienst-Mitarbeiterin der Gervais Danone AG;  
erste Erfahrungen an der Basis des Handels, Mitarbeit bei der  
Optimierung des Molkereiprodukte-Regals
- 1989-1990     Gebietsverkaufsleitung Thimm KG Verpackungswerke;  
Industrie und Handel aus der Sicht des Zulieferers
- 1990-1993     Marketingleitung der Immergut Milch GmbH;  
Vernetzung des Marketing-Know-Hows mit den  
Außendienst-Erfahrungen
- 1993           Geschäftsführung Radio null eins GmbH;  
kurzer Wechsel in die Medienlandschaft
- 1993 -1994    Marketing- und Vertriebsleitung Rhöngold Molkerei GmbH & Co.;  
zurück zur Molkerei-Branche
- 1994           Gründung der headline daniela bautz projectmanagement;  
Beratungs-Know-How für die Kunden aus allen Bereichen des  
Marketings und Vertriebs
- 1997           Gründung der M & V Die Marketing & Vertriebs GmbH  
Erweiterung des Dienstleistungsspektrums in Richtung aktiver Vertrieb

## **Dienstleistungsspektrum "Marketing"**

### ➤ **Marktforschung**

- Wettbewerbsanalyse
- Kundenbefragung
- Marktanalyse
- Potentialermittlung

### ➤ **Produktpolitik**

- Ideenfindung und Bewertung
- Produktentwicklung
- Verpackungsgestaltung
- Namensfindung
- Markenaufbau, Positionierung

### ➤ **Sortimentspolitik**

### ➤ **Kundenbindungskonzepte**

### ➤ **Distributionspolitik**

### ➤ **Kommunikationspolitik**

- Werbestrategie (Klass. Werbung, Handelswerbung etc.)
- Werbeziele, Werbeplanung, Werbebotschaft
- Adäquate Auswahl der Werbeträger (Internet, Print, Funk, TV etc.)
- Gestaltung, Auswahl, Erstellung und Buchung der Werbemittel
- Verkaufsförderungskonzepte und - durchführung
- Öffentlichkeitsarbeit
- Messekonzeptionen als Teil der Kommunikationspolitik

## **Dienstleistungsspektrum "Vertrieb"**

### **Entwicklung von Vertriebskonzeptionen**

- **Entwicklung von Vertriebszielen**
- **Vertriebsorganisation**
- **Vertriebskonzeption**
  - Distributionspolitik
  - Kundenstrukturanalyse
  - Gebietsaufteilung, Außendienststeuerung
  - Schulungen
  - Innovationsprozesse
- **Aktiver Vertrieb**
  - ausgeprägtes Netzwerk zu Entscheidern im Lebensmittelhandel und Gastronomie

## **Portfolio "Handelsmarketing"**

### **1. Konzeption**

- Erstellung einer Konzeption mit Netzwerkcharakter
- Feindefinition der Zielgruppen im Handel
- Erarbeitung eines Kataloges potentieller Instrumente, Empfehlung eines zielführenden Mix incl. Zeitplanung und Budget
- Kooperative Handelsmarketing-Konzepte
- Festlegung der zielgruppen-adäquaten Vorgehensweise

### **2. Maßnahmen**

- Detaillierte Ablaufplanung, Organisation und Durchführung
- Kontaktschaffung/ -ausbau mit den Zielgruppen im Handel
- Beschaffung von Informationsmaterial/ Werbemitteln/ Personal etc.
- Planung, Organisation und Durchführung von Events im Rahmen der Handelsmarketing-Konzeption

## **Portfolio "Öffentlichkeitsarbeit"**

### **Wir bringen Ihre Produkte in die Medien**

PR wirkt mittel bis langfristig und ist nachhaltig erfolgreich, wenn dieses Tool kontinuierlich und konsequent eingesetzt wird. Der Kontakt zu den Redakteuren funktioniert am besten, wenn sie eine zentrale Person als Ansprechpartner haben. PR ist nicht als eingleisiges Tool zu verstehen, sondern als networking, welches den Vertrieb unterstützt.

Texte sollten auf die jeweilige Medien-individuelle „Sprache“ und den Stil Rücksicht nehmen, zu den Themen passen und werden idealerweise mit den Redakteuren hinsichtlich Schwerpunkt, Informationsgehalt und Länge/ Umfang abgestimmt.

Wir verstehen PR als Instrument, die Marke, die dahinter stehende Sortimentsvielfalt sowie die Qualitätsphilosophie nachhaltig zu kommunizieren.

### **Der Weg zum Ziel**

- Entwicklung eines Unternehmens-adäquaten PR-Konzepts mit Zieldefinition, Massnahmen/ Instrumente, Themenliste, Zeitplanung
- Erstellung einer Medienübersicht aller relevanten (Fach-)Medien je nach Zielgruppe (Handel, Gastronomie, Endverbraucher) sowie deren kontinuierliche Aktualisierung
- Verfassen von Pressemitteilungen nach Basis-Input unserer Partner. Selbständige Entwicklung von Themen, um das Unternehmen, die Markenwelt und die Produkte darzustellen.
- Kontinuierlicher telefonischer Kontakt mit den Redakteuren
- Erstellung von Pressemappen zu Messen und sonstigen Anlässen sowie Betreuung der Redakteure vor Ort als Ansprechpartner (Terminvereinbarungen)
- Nutzung relevanter web-Portale
- Erstellung eines Pressespiegels
- Bereitstellung des umfangreichen Netzwerks von Daniela Bautz
- Kontinuierliche kreative Begleitung im Bereich Marketing durch Ideen-Input in Bezug auf die Nutzung der Tools in den (Fach-)Medien

## Exposé Projekt Kühne

### 1. Bearbeitete Sachgebiete

Produktentwicklung, Marketing, Vertrieb, Logistik

### 2. Aufgaben

- Impulse für die Sortimentszusammensetzung, Ideen für kreative Rezepturen
- Mitarbeit als Teammitglied bei der Sortimentsdefinition
- Einbringung von Know-How über Food-Trends, Markttrends mit dem Ziel der Adaption auf die zu entwickelnden Produkte
- Vorbereitung von Entscheidungen durch SWOT-Analysen, Marktsegmentanalysen
- Formulierung von Produktentwicklungsbriefings
- Kontaktschaffung zu Kooperationspartnern im Bereich Produktion
- Koordination der notwendigen Einzelmaßnahmen
- Kontaktschaffung zu Lieferanten innovativer Verpackungen, Mitarbeit am Verpackungskonzept
- Koordination der notwendigen Einzelmaßnahmen
- Wettbewerbsbeobachtung
- Mitarbeit an der Positionierung der Produkte
- Herausarbeitung des USP für das Sortiment, Schaffung einer „gemeinsamen Klammer“
- Koordination und Zusammenführung aller internen und externen Einzel-Schritte (von der Rezeptur, Produktion, Verpackungskomponenten bis hin zu Vertrieb und Logistik) bis zur Markteinführung
- Vorbereitung und Initiierung von Entscheidungsprozessen
- **Schaffung von Projekt-Steuerungs-Instrumenten und Überwachung der Termineinhaltung**
- Mitarbeit bei der Schaffung einer adäquaten Vertriebsorganisation (Umfang, Anforderungsprofil, Bewertung verschiedener Szenarien etc.)
- Vorbereitung und Moderation eines Workshops mit dem heutigen Kühne Vertrieb
- Mengenkalkulation auf der Basis einer Ziel-Distribution im deutschen LEH pro Produkt; worst case, best case
- Erarbeitung von Argumentations-Unterlagen für den Handel wie zum Beispiel Platzierungsempfehlungen, handelsorientierte Produktinformationen, Unterlagen für die Feldmannschaft zur kompetenten Beratung in den Märkten
- Impulse für Joint-Promotions
- Schaffung von Kontakten zu interessierten Promotion-Partnern
- Entwicklung eines Logistik-Modells
- Schaffung von Kontakten zu potentiellen externen Logistik-Partnern
- Definition des Anforderungsprofils an den externen Logistik-Partner
- Errechnung einer Sendungsstruktur
- Koordination der Einzel-Schritte

## REFERENZEN

### **Schweizer Wirtschaftsministerium – Aussenwirtschaftsförderung (Switzerland Global Enterprise)**

- Bis Mai 2016 durch Switzerland Global Enterprise akkreditierter Berater im „International Pool of Experts“  
Switzerland Global Enterprise unterstützt Schweizer und Liechtensteiner Unternehmen beim Auf- und Ausbau ihrer Auslandaktivitäten.

### **EDEKA Zentrale Hamburg COOP Aargau, Schweiz tegut..., Fulda**

- Betriebs- und Schwachstellenanalyse von outlets
- Konzeption und Durchführung von workshops auf Basis der Analyse-Ergebnisse

### **Edeka C+C grossmarkt GmbH, Balingen (Edeka Südwest)**

- Markt- und Wettbewerbsanalyse des Gastronomiemarktes Schweiz
- Entwicklung einer Vertriebs- und Marketingstrategie für den Markteintritt in der Schweiz für den Bereich Zustell-Grosshandel/ Gastronomiebelieferung, aktive Umsetzung der Strategie
- Kontaktschaffung, Terminvereinbarung mit Meinungsbildnern und potenziellen Abnehmern der Gastronomie-Branche (Restaurants, Systemgastronomen, Autobahnrestaurants, Betriebskantinen, Hotellerie, Krankenhäuser, Privatkliniken etc.) in der Schweiz.
- Aktive Vertriebskontakte
- Medienarbeit/ PR/ Mediaplanung
- Bereitstellung des persönlichen Netzwerkes in der Schweiz

**Lidl & Schwarz Unternehmensgruppe  
Kaufland Gaststätten-Betriebe**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes
  - Aus- und Aufbau der Kundenfreundlichkeit und der Kundenbindung
  - gezielte Ansprache bestehender und potentieller Gäste
- Entwicklung der strategischen Vorgehensweise
- operative Umsetzung

**Lüning Handels GmbH  
(Edeka Minden)**

- Mitarbeit an Shop-Konzepten
- Konzepterarbeitung für den Kundenclub
- Basis-Konzept für Kundenzeitungen im allgemeinen, Umsetzung intern, Mitarbeit durch headline am redaktionellen Inhalt

**GLOBUS SB-Warenhaus, Koordination, St. Wendel**

- Marketing-Konzeption für Bio-Produkte
- Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Sortimentsempfehlung
- Vorbereitung, Durchführung und Moderation eines Ergänzungs-workshops nach Einführung der Eigenmarke „Terra Pura“
- Ziel: Erarbeitung der weiteren strategischen Vorgehensweise bei Bio-Produkten im allgemeinen und der Markenführung von „Terra Pura“ im besonderen
- Ausarbeitung einer Wettbewerbsanalyse im Umfeld des deutschen Lebensmitteleinzelhandels

**Karstadt AG**

- Entwicklung eines Promotionkonzeptes für die Eigenmarke Cafehaus im Rahmen eines Shop-in-Shop Konzeptes



### **Denree Naturkost Großhandels GmbH**

- Redaktionelle Verantwortung für das Kundenmagazin
- Abwicklung Layout und Druck
- Konzeption, Planung und Organisation von Events

### **Supermarktkette ELVI Lettland**

- Ausarbeitung der Gesamtstrategie und des Gesamtkonzeptes für eine neue lettische Einzelhandelskette auf der Basis von selbständigen Einzelhändlern, die unter einer gemeinsamen Marke und einem gemeinsamen Marketingkonzept die entsprechenden Synergie-Effekte nutzen wollen.
- Ausarbeitung des shop-layouts
- Ausarbeitung der Sortimentsanordnung im Markt
- Ausarbeitung der Regalplatzierung für alle Warengruppen
- Durchführung von workshops zum know-how-Transfer

### **JANIZZ Restorans, Systemgastronomie, Typ: Fast Casual Lettland**

Ausarbeitung eines Gesamtkonzeptes

- Entwicklung der Marke
- Ausarbeitung des Restaurant-Designs (Laufwege, Bedienungscounter, SB-Inseln, Möblierung, Farbgebung, Raumgestaltung, Lichtführung, Gestaltung der Servietten, Tablett, Tischaufsteller, Porzellan, rückwärtige Küchenausstattung-/ Organisation etc.)
- Ausarbeitung des Speisenangebots inkl. Entwicklung der Rezeptur
- Ausarbeitung von Wochen-Menü-Plänen/ Aktionsthemen und –planung
- Wege zur Systematisierung des Auftritts und des Speisenangebots inkl. logistische Fragestellungen
- Marketingmassnahmen
- Organisation und Durchführung einer Study-Tour in Deutschland,
- Organisation und Durchführung von workshops zum know-how-Transfer

**Edeka Nordbayern, Vertriebslinie MARKTKAUF  
Systemgastronomie, Typ: Fast Casual mit Frontcooking**

Ausarbeitung der Grundkonzeption einer In-Store Gastro-Einheit

- Konzept des Speisen-Angebots (mehrere Alternativen) unter Berücksichtigung der Platzverhältnisse und Zubereitungsmöglichkeiten
- Ausarbeitung des Speisenangebots unter Berücksichtigung von Front-Cooking-Prinzipien/ - Anforderungen
- Grundkonzept Technische Ausstattung
- Marketing- Grundkonzept (Promotion-/ Aktionsplanung, Kundenbindung, Catering etc.)
- Unterstützung bei der Personalsuche

**Retail Planning Associates Europe Ltd, London (RPA)**

- Konzept- und Strategie-Entwicklung für Einrichtungsgestaltungen von Restaurants, Vertriebslinien des Lebensmittelhandels, Modehäuser und sonstiger Fachgeschäfte
- Berücksichtigung der Standortfaktoren, des Marktes, des Konsumenten und der jeweils vorzufindenden Handelsstrukturen
- Ziel: Markenprofilierung über das outlet, Schaffung von Kundenpräferenzen, Umsatzsteigerungen
- Kontaktschaffung zu potentiellen Kunden in Deutschland

**Seeberger GmbH, Bereich Foodservice**

- Erarbeitung einer detaillierten Markt- und Wettbewerbsanalyse für den deutschen Horeca-Markt. (Hotels aller Segmente inkl. Hotelkooperationen, Catering-Unternehmen, Fullservice-, Verkehrs-, Freizeit- und Handels-Systemgastronomie, Coffeeshops, Bäckereien/ Konditoreien, Getränke-Fachgrosshandel und Verbände) unter Berücksichtigung der Potenziale für Seeberger-Kaffee und Trockensortiment
- Bewertung der einzelnen Segmente für die Potenziale im Kaffeebereich, Prioritätensetzung sowie Pro-Contra Darstellung
- Ableitung einer Vertriebsstrategie unter Berücksichtigung verschiedener personeller Optionen
- Empfehlung für die Vorgehensweise anhand eines praxisorientierten Fahrplans

**HUG AG, Luzern Schweiz**

**MEGA Stuttgart Das Fach-Zentrum für Metzgereien und Gastronomie eG**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für den Gastro-Bereich in Deutschland, Österreich, Schweiz unter Berücksichtigung der Positionierung der Marke im Gastro-Bereich der spezifischen Zielgruppenanforderungen der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumente
- Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte
- Mediaanalyse, Analyse der Messen in Deutschland
- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Presstexten, Verfassen von Presstexten und Versand an die Fachmedien
- Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien
- Konzepterstellung des Berufswettbewerbs „Tartelette Phantasia“, Organisation und Durchführung
- Impulse für neue Absatzwege

**VITAMIX, Cleveland/Ohio, USA**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für den Gastro-Bereich in Deutschland, Österreich, Schweiz unter Berücksichtigung der Positionierung der Marke im Gastro-Bereich der spezifischen Zielgruppenanforderungen der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumente
- Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte
- Mediaanalyse, Analyse der Messen in Deutschland
- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Presstexten, Verfassen von Presstexten und Versand an die Fachmedien
- Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien
- Konzepterstellung Vitamix Info-Flyer für Internorga-Messe
- Impulse für neue Absatzwege, Kontaktschaffung zu potentiellen Kunden

**Pacojet, Zug, Schweiz**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für den Gastro-Bereich in Deutschland unter Berücksichtigung der Positionierung der Marke im Gastro-Bereich, der spezifischen Zielgruppenanforderungen, der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumente
- Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte
- Mediaanalyse, Analyse der Messen in Deutschland

- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Presstexten, Verfassen von Presstexten und Versand an die Fachmedien
- Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien
- Konzepterstellung Pacojet Info-Flyer für HUG-Wettbewerb
- Impulse für neue Absatzwege, Kontaktschaffung zu potentiellen Kunden

### **KISAG AG, Solothurn, Schweiz**

(Innovative Küchengeräte für die Gastronomie)

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für den Gastro-Bereich in Deutschland unter Berücksichtigung der Positionierung der Marke im Gastro-Bereich, der spezifischen Zielgruppenanforderungen sowie der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumente
- Totalorganisation der Teilnahme an der Messe Intergastra 2014, Sponsor des Sternegipfels
- Mediaanalyse, Analyse der Messen in Deutschland
- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Presstexten, Verfassen von Presstexten und Versand an die Fachmedien
- Pressearbeit vor der Intergastra, Einladung Presse an den Stand, Betreuung der Medienvertreter vor Ort
- Kontaktschaffung zu Sterneköchen und Vereinbarung von Präsentationen in einer Berufsfachschule für Köche
- Impulse für neue Absatzwege, Kontaktschaffung zu potentiellen Kunden

### **MDM Dreyer AG, Bern/Schweiz, Food-Ingredients Florin AG, Basel/Schweiz, Öle und pflanzliche Fette**

- Analyse des Marktumfeldes von potenziellen Abnehmern der sortimentsrelevanten Food-Ingredients
- Vertriebsstrategie zur Einführung der Food-Ingredients in Deutschland
- Kontaktschaffung zu relevanten industriellen Abnehmern
- Absatzunterstützung durch Nutzung des Netzwerkes von headline
- Terminvereinbarungen, Leistungsgespräche mit dem Rohstoff-Einkauf
- Impulse für neue Absatzwege
- Klärung Logistik
- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Öffentlichkeitsarbeit im unter Berücksichtigung der Positionierung des Gesamt-Unternehmens als Zulieferer der Nahrungsmittel-Industrie der spezifischen Zielgruppenanforderungen der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumenten mit den Fachmedien
- Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte

**Confis-Express GmbH, Neu-Ulm, Fachgrosshandel Konditorei, Gastro  
A. Pfersich GmbH, Neu-Ulm, Fachgrosshandel Bäckerei**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für den Gastro-Bereich in Deutschland, Österreich, Schweiz unter Berücksichtigung der Positionierung der Marke im Gastro-Bereich der spezifischen Zielgruppenanforderungen der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumente
- Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte
- Mediaanalyse, Analyse der Messen in Deutschland
- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Presstexten, Verfassen von Presstexten und Versand an die Fachmedien
- Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien
- Konzepterstellung des Branchenwettbewerbs „Pfersich Innovationspreis 2007“, Organisation und Durchführung
- Impulse für neue Absatzwege

**Carl Kühne KG**

- Beratung für Marketing und Vertrieb sowie Logistik für einen neuen strategisch angelegten Geschäftsbereich
- Marktanalysen
- Sortimentsdefinition
- Verpackungsberatung
- Modell für die Vertriebsorganisation
- Kontakte zu potentiellen Kooperationspartnern

**Chiefs!, Zug, Schweiz**  
**Biodrinks, Murten, Schweiz**  
**Geska AG, Glarus, Schweiz**  
**Frifrench GmbH, Schweiz**  
**Zwyer Caviar, Schweiz**  
**KART laboratoires, Schweiz**  
**Reitzel SA (Suisse) Schweiz**  
**Dumet AG, Schweiz**  
**Creativ Bestfood GmbH, Schweiz**  
**Choco Mundo GmbH, Schweiz**  
**Käserei Graf, Schweiz**  
**Käserei Seiler, Sarnen Schweiz**  
**Bodensee Käse AG, Amriswil, Schweiz**

- Vertriebsstrategie für die Produkt-Einführung in Deutschland
- Kontaktschaffung zum Einzelhandel, Gastronomie und industriellenn Abnehmern für Grossgebilde
- Absatzunterstützung durch Nutzung des Netzwerkes von headline
- Kontakte zu den wichtigen Meinungsführern im Einzelhandel und Gastronomie
- Terminvereinbarungen, Listungsgespräche, Distributionsumsetzung
- Klärung Logistik
- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Öffentlichkeitsarbeit im LEH in Deutschland und Österreich unter Berücksichtigung der Positionierung des Gesamt-Unternehmens und des Markenportfolios der spezifischen Zielgruppenanforderungen der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumenten mit den Fachmedien
- Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte
- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Presstexten, Verfassen von Presstexten und Versand an die Fachmedien
- Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien
- Konzepterstellung für die Kommunikation in Endverbraucher-Medien
- Impulse für neue Absatzwege

### **Lucul Swiss, Glutenfreie Produkte für Retail und Gastronomie**

- Vertriebsstrategie für die Produkt-Einführung in Deutschland
- Erstellung eines Praxisorientierten Fahrplans
- Kontaktschaffung zum Einzelhandel und Gastronomie sowie wichtigen Meinungsführern im Einzelhandel und Gastronomie
- Klärung Logistik
- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Öffentlichkeitsarbeit im LEH in Deutschland und Österreich unter Berücksichtigung der Positionierung des Gesamt-Unternehmens und des Markenportfolios der spezifischen Zielgruppenanforderungen der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumenten mit den Fachmedien
- Preisstrategie
- Impulse für neue Absatzwege

### **Green Velvet, Solothurn, Schweiz**

Premium Absinth, Projektauftrag

- Vertriebsstrategie für die Produkt-Einführung in Deutschland
- Erstellung eines Praxisorientierten Fahrplans
- Kontaktschaffung zu potenziellen Vertriebspartnern sowie wichtigen Meinungsführern der Barszene

### **Düring AG, Zürich, Schweiz**

Projektauftrag, Qualitativ hochwertige Entkalker für Küchengeräte

- Selektion, Einzelanalyse, vorbereitende Gespräche und Kontaktschaffung zu potenziellen Vertriebspartnern

### **Verband der Köche Deutschland e. V. (VKD)**

- Kommunikation in den Gastro-Fachmedien
- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Presstexten, Verfassen von Presstexten und Versand an die Fachmedien  
Verfassen von offiziellen Reden für den Vorstand, Verfassen von Vorworten für Publikationen zu speziellen Anlässen (REWE Deutschland-Pokal)
- Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien

**Chocolats Camille Bloch SA, Courtelary, Schweiz**  
**LOACKER AG, Bozen, Italien**  
**RILA Feinkost-Importe GmbH & Co. KG, Stewede-Levern**  
**Bodensee Käse AG, Amriswil, Schweiz**  
**Thomas Niederreuther GmbH, München**  
**Jäckle Frische-Partner GmbH, Ulm, Fachgrosshandel**  
**Back Europ GmbH, Erftstadt**  
**Eco-Plus Handels und Service GmbH, Freising**  
**MEGA Stuttgart Das Fach-Zentrum für die Metzgerei und Gastronomie eG**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Öffentlichkeitsarbeit im LEH in Deutschland und Österreich unter Berücksichtigung der Positionierung des Gesamt-Unternehmens und des Markenportfolios der spezifischen Zielgruppenanforderungen der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumenten mit den Fachmedien
- Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte
- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Presstexten, Verfassen von Presstexten und Versand an die Fachmedien
- Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien
- Konzepterstellung für die Kommunikation in Endverbraucher-Medien
- Impulse für neue Absatzwege

#### **Chocolat Frey AG, Buchs, Schweiz**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Öffentlichkeitsarbeit im Lebensmittel-Einzelhandel in Deutschland unter Berücksichtigung der besonderen Positionierung als Premium-Private-Label Lieferant und des Produktportfolios der Chocolat Frey AG der spezifischen Zielgruppenanforderungen (Private-Label) der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumente
- Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte



### **Chocolat Frey AG, Travel Retail, Buchs, Schweiz**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Travel Retail incl. des Mediaplans
- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Pressetexten, Verfassen von Pressetexten und Versand an die Fachmedien

### **Chocolat Frey AG, Halbfabrikate, Buchs, Schweiz**

- Konzepterstellung für Marketing und Vertrieb für Deutschland inkl. Marktüberblick
- Vertriebsunterstützung in der Funktion als „Türöffner“ mit folgenden Aufgaben:
  - Selektion der potentiellen Kunden aus dem Kontakt-Netzwerk der headline
  - Kontaktaufbau, „Vorverkauf“ der Produktvorteile, Weckung von Interesse, Vereinbarung von Präsentationsterminen
  - Begleitung beim ersten Gespräch und Übergabe an den zuständigen Vertriebsmitarbeiter bzw. Weiterbearbeitung (je nach Anforderung)
- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Fachmedien zur Erreichung der Zielgruppe der industriellen Verarbeiter in den Branchen Gebäck/ Feinbackwaren, Schokoladeprodukte sowie in Konditoreien und Confisereien
- Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien

### **KOCH's Meerrettich GmbH, Baiersdorf**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für die Öffentlichkeitsarbeit im Lebensmittel-Einzelhandel und im Gastro-Bereich in Deutschland unter Berücksichtigung der Positionierung der Marke KOCH's der spezifischen Zielgruppenanforderungen der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumente
- Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte
- Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Pressetexten, Verfassen von Pressetexten und Versand an die Fachmedien
- Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien
- Initiierung eines KOCH-Wettbewerbs für die Gastronomie in Zusammenarbeit mit einem Fachmedium

## **Südpack Verpackungen, Ochsenhausen**

- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für den Gastro-Bereich in Deutschland, Österreich, Schweiz zur Einführung eines innovativen Verpackungssystems für die Mikrowellen-Dampfgarung
  - Berücksichtigung der Positionierung der Marke EcoSteam® im Gastro-Bereich
  - Berücksichtigung der spezifischen Zielgruppenanforderungen im Grossküchenbereich
  - Berücksichtigung der effizienten Vernetzung aller Kommunikationsinstrumente
  - Umsetzung des Konzeptes, Durchführung der Einzelschritte
  - Mediaanalyse, Analyse der Messen in Deutschland
  - Erstellung eines Themenplans, Initiierung von Presstexten, Verfassen von Presstexten und Versand an die Fachmedien
  - Impulse für neue Wege in der Kommunikation durch Zusammenarbeit mit den Fachmedien
  - Vertriebsunterstützung in der Funktion als „Türöffner“ mit folgenden Aufgaben:
    - Selektion der potentiellen Kunden aus dem Kontakt-Netzwerk der headline
    - Kontaktaufbau, „Vorverkauf“ der Produktvorteile, Weckung von Interesse, Vereinbarung von Präsentationsterminen
- Begleitung beim ersten Gespräch und Übergabe an den zuständigen Vertriebsmitarbeiter von Südpack bzw. Weiterbearbeitung (je nach Anforderung)