



MT Marketeer
Herr Michael Tönsing
Langer Acker 12
33790 Halle Westfalen
Deutschland

Fon: +49 5201 8189672
Mobil: +49 163 6921038
eMail: info@MTMarketeer.de



Guten Tag,
herzlich willkommen zu dieser
Eigendarstellung von MT Marketeer!

Eigendarstellung

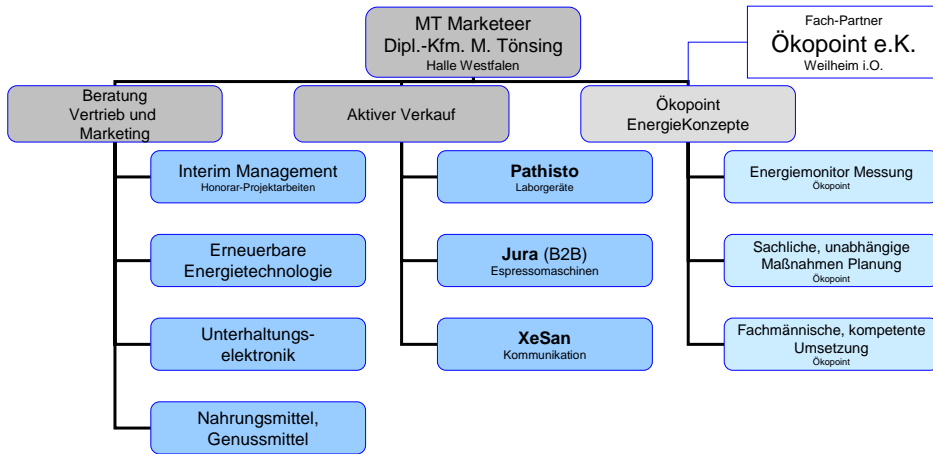
MT Marketeer und Netzwerk
Dipl.-Kfm. Michael Tönsing

2009/2010

Struktur.



MT Marketeer – Struktur

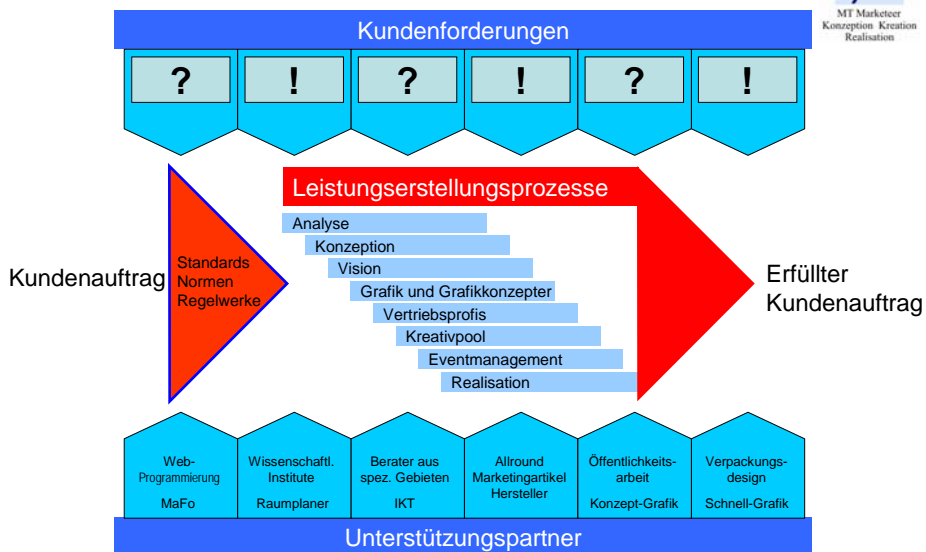


MT Marketeer

MT Marketeer – Dipl.-Kfm. Michael Tönsing – Langer Acker 12, 33790 Halle – Telefon: +49 5201 818 96 72

3

Netzwerk.



MT Marketeer

MT Marketeer – Dipl.-Kfm. Michael Tönsing – Langer Acker 12, 33790 Halle – Telefon: +49 5201 818 96 72

4

MT Marketeer – Arbeit

Analyse – Planung – Realisation

- Individuelle Begleitung
Ihre Aufgabe – Unsere Herausforderung.
- Passende Beratung
Wir hören zu – Dann empfehlen wir Ihnen.
- Querdenker Engagement
Beste Lösungen – Gemeinsame Projekte.
- Technische Perfektion
Im Zentrum stehen wir Menschen.
- Sichere zuverlässige Qualität
Wir realisieren – Sie erleben Zufriedenheit.

MT Marketeer – Kompetenz

Absatz

Vertrieb
Marketing

Kommunikation

Klassische Medien
Elektronische Medien

Projektmanagement

Internes
Externes

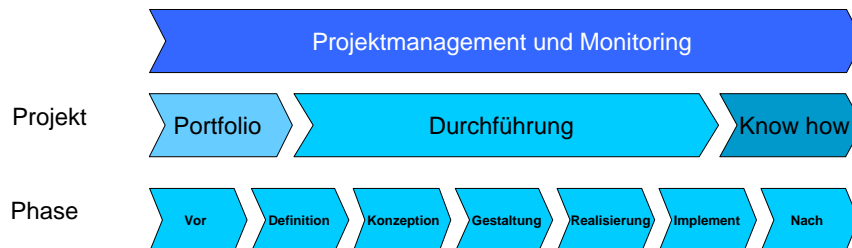
Branchen

Nahrung-, Genussmittel
Unterhaltungselektronik
SHK mit RENERTEC
Gastronomie
Gesundheitswesen

Menschen

Erfahrene Praktiker
Qualifizierte Ausbildung
Menschliche Kompetenz

Projektmanagement.



MT Marketeer

Produkteinführung.



Vertrieb Marketing

Vertriebsorientierung::

Produkte werden **verkauft** und nicht **gekauft**.

Marketingorientierung::

Finde **Wünsche** und **erfülle** diese.

MT Marketeer

MT Marketeer – Dipl.-Kfm. Michael Törsing – Langer Acker 12, 33790 Halle – Telefon: +49 5201 818 96 72

8

MT Marketeer – aktuelle Felder

- **Imagedarstellung – Print**
- **Fortbildung – Zeiteinsatz bei Handwerkern**
- **Vertrieb – Immer lockt die Prämie**
- **EU-Fördermittel als Unterstützung für Teilexistenzgründungen / Dorfläden**
- **Vertrieb – Aufbau von 3-stufiger Durchdringung in konservativem Markt**
- **Marketing – 9 Worte und "alles ist klar"**
- **Sitemap und Redaxo – Ein Plan als Basis, viele Auftritte bei gleichem Inhalt**

MT Marketeer – Energiemonitor

Ökopoints

Das Multi-Energie-Management für Gebäude. Sachlich – Unvoreingenommen – Unabhängig.

- **Status. Die Verbraucher stellen einen Bedarf fest und informieren sich. Die Heizungsanlage ist der Mittelpunkt des Interesses.**
- **Ziele & Visionen. Die Beurteilung der Energienutzung wird objektiv von mehreren Faktoren abhängig gemacht.**
- **Möglichkeiten.**
 - **Prüfbarkeit der Empfehlungen mit einem objektiven Messinstrument.**
 - **Optimierung der Energienutzung über das Kalenderjahr.**
- **Maßnahmen.**
 - **Messung des Istzustands.**
 - **Empfehlung zu den Maßnahmen und Umsetzungen.**



MT Marketeer – Internet

Redaxo – Open Source / Templates

Verwendung einer Information von mehreren Teilnehmern zur eigenen Darstellung.

Internet und Contentmanagement-System Redaxo als überschaubare, einfache und selbst zu pflegende Lösung.

- **Status.** Kunden nutzen Informationen eines Lieferanten, um die eigene Kundschaft zu informieren.
- **Ziele & Visionen.** Reduzierung des Pflegeaufwands von Internetseiten. Erhöhung der Richtigkeit der Inhalte.
- **Möglichkeiten.**
 - Nutzung von "bereit gestellten Daten".
 - Präsentation des eigenen Profils.
 - Grafisch eigenständiger Internetauftritt.
- **Maßnahmen.** Bereitschaft zum "Informationssharing"



MT Marketeer – Ernährung

Nahrungs- und Genussmittel

Generation XXL – Werden wir Deutschen zu dick? Kundenbindung mit Hilfe von Aufklärung.

"Lange gesund leben und das Leben genießen".

- **Status.** Die Studie zu "übergewichtigen Kindern".
- **Ziele & Visionen.** Ein selbstverständliches richtiges Ernährungsbewusstsein.
- **Möglichkeiten.**
 - Kindergärten und Schulen:
Hier kann die Basis für ein gesundes Ernährungsangebot gelegt werden. Hier brauchen wir Standards.
 - Die nächste Ebene sind die Kommunen:
Beschaffenheit der Sportstätten, Radwege, Freizeiteinrichtungen...
- **Maßnahmen.** Produkte, die passen!

MT Marketeer – Verpackung

Nahrungs- und Genussmittel / Tiefkühl-Genussmittel

TK-Genussmittel mit Standardmaß der Packung. Erzeugung von "Aufmerksamkeit" und "Genuss". Erstellung des Rahmens, der die unterschiedlichen Sortimentsteile definiert. Geringes Budget für Fotografien.

- **Status. Interessantes Segment "Deutscher Kuchen"**
- **Ziele & Visionen. Aufwertung des Segmentes und Signal an die Zielgruppe der Gastronomen "Wert und Menge passt".**
- **Möglichkeiten.**
 - Definition der "Deutschen Kuchen". Dabei das Sortiment so gestalten, dass ein komplettes Angebot besteht.
 - Die "innere Qualität" sichtbar darstellen
- **Maßnahmen. Verpackung sagt: "Kauf mich!"**

MT Marketeer – RENERTEC

Sanitär-Heizung-Klima / Renewable Energy Technology / Solar Module Photovoltaik

Nutzung des 1-Mal-Geschäfts bei schnell, stark wachsendem Markt zum „laufenden Geschäft“.

Projektvielfalt – Beschaffungsproblematik und Förderungspolitik als Herausforderung für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg.

- **Status. Engineering Know how als treibende Kraft.**
- **Ziele & Visionen. Mehrfache und nachhaltige Nutzung der bestehenden und ständig erweiterten Kundendatei.**
- **Möglichkeiten. Partnerprogramme, Ausweitung des Vertriebs, „andere“ Betätigungen im Bereich „Energie“.**
- **Maßnahmen. Projektplanung zur rechtzeitigen Identifikation von Engpässen bei Ressourcen (Mensch, Material, Moneten).**



MT Marketeer – Wassertechnik

Sanitär-Heizung-Klima / Wassertechnik (Biomineralisierung)

"Einzigartiges" Produkt mit "merkwürdigem" Nutzen bringt allen ein profitables Geschäft.

Nutzung des 3-stufigen Vertriebssystems, um Kaufentscheider zielgerichtet zu informieren.

- **Status. Einzigartiges Produkt seit 2000 im Markt.**
- **Ziele & Visionen. Nutzung der positiven Einstellung des Endverbrauchers zu natürlichen Wirkungsprinzipien.**
- **Möglichkeiten.**
 - Bedarf bei ca. 50 % der Haushalte in DE.
 - Einsetzbar bei vielen Produktionsprozessen.
- **Maßnahmen.**
 - **Marketing-Aussage: einfach und merkwürdig formulieren**
 - **Vertriebs-Schulungen: Aussage und Nutzen auf dem Punkt**



MT Marketeer – U-Elektronik

Handelsvertretung / Topmarken - Topkunden

Vermarktung von „kurzlebigen“ Produkten im Markt der Unterhaltungselektronik.

Internet und Contentmanagement-System TYPO3 als flexible, schnelle und Kosten-minimierende Lösung.

- **Status. Hohe Transparenz des Marktes. Schneller Wechsel bei den Modellen.**
- **Ziele & Visionen. Darstellung des eigenen (Handels-) Unternehmens als kompetent, innovativ und verlässlich.**
- **Möglichkeiten. Präsentation der Topprodukte und Firmen im Zusammenhang mit den eigenen Vertriebskonzepten.**
- **Maßnahmen. Definition der „Image“-fördernden Lieferanten und Produkte aus dem bestehenden Sortiment. Realisation der eigenen Darstellung via Internet und Verbindung mit den eignen Vertriebsaktivitäten.**



MT Marketeer – H-, U-Elektronik

Meister-Werkstatt / Detail-Kompetenz

Reparatur, Service, Pflege, Wartung von „hochpreisigen“ Produkten im Markt der Haushalts- und Unterhaltungselektronik. Internet als Visitenkarte und Kundenbindung.

- **Status.** Kaum kompetente Werkstätten in diesem Bereich.
- **Ziele & Visionen.** Darstellung der "Werkstatt" mit Kompetenz, Sicherheit, Vertrauen und Zuversicht.
- **Möglichkeiten.** Präsentation der Leistungen der "Werkstatt" in einem "Heile Welt – da-kann-man-sicher-sein" Ansatz.
- **Maßnahmen.** Darstellung der Tätigkeit mit "heilen Geräten" – Im Internetauftritt Führung der Kunden zu allen Tätigkeitsbereichen der "Werkstatt".



MT Marketeer – Lebensraum

Gesundheitswesen / Rehabilitation – Eingliederung – Seniorenpflege

Waschbecken, Toiletten, ... ausgestattet mit einer aktiven Höhenverstellung

Übertragung von Notwendigkeiten aus den Bereichen Reha und Seniorenpflege auf Status-orientierte Zielgruppen

- **Status.** Erleichterung bei der Nutzung von alltäglichen „Tätigkeiten“.
- **Ziele & Visionen.** Erreichung der Zielgruppe 60+ (und 40+), die für sich einen hohen Komfort, Wellness und Gut-gehen Ansatz haben. ... und bereit sind dafür zu „bezahlen“
- **Möglichkeiten.** Aufzeigen der Nutzen für gesunde Benutzer.
- **Maßnahmen.** Realisation eines mehrstufigen Pilotprojektes zur Prüfung des Konzeptes und der Preisgrenzen.



MT Marketeer – Porzellan

Gastronomie

**Rosenthal, Villeroy & Boch, Ritzenhoff, ... –
Ist das Ende von *Bone Chine Porzellan* erreicht?
Weißporzellan wird Massenmarkt.**

"Verstaubtes Produkt erwacht mit neuem Leben".

- **Status. Preisbewusst beim Porzellankauf.**
- **Ziele & Visionen. Essservice als Modetrend**
- **Möglichkeiten.**
 - **Gastronomie, Catering, Partyservice, Versand, ...:**
Hier wird das Verständnis für Tischambiente geweckt. Hier brauchen wir Abwechslung.
 - **Der Handel:**
Erhöhung der DPR mit Hilfe schnellerer Umschlaggeschwindigkeit. Attraktive Verkaufsflächen.
- **Maßnahmen. Preise, die passen!**

MT Marketeer

MT Marketeer – Dipl.-Kfm. Michael Tönsing – Langer Acker 12, 33790 Halle – Telefon: +49 5201 818 96 72

19



MT Marketeer – „1 + viele“

Unternehmensaufbau / Tourismus

Markt Zielgruppe	Bedürfnisse der Zielgruppe	Nutzen der Anbieter	Anbieter	
Einzelne Gruppen	einfach sicher unbelastend	Auslastung "bekannter" werden	Golfclubs Gastlichkeit	→ Interessen Bündelung
Wiederkehrer	preis-wert interessant	Vision Wachstum 2. Standbein	Region 1 Flughafen	
- Individuelle Recherche - Clubangeboten - Reiseveranstalter - Internetportale		- Pauschale Angebote (Paket) - Individualisierungen - Vermarktungskanäle - Direktansprache / Clubs - Reiseveranstalter - Internetportale		↓ 1. Arbeitskreis idealist. 2. Konstitution -> Büro 3. GolfOWL GmbH

MT Marketeer

MT Marketeer – Dipl.-Kfm. Michael Tönsing – Langer Acker 12, 33790 Halle – Telefon: +49 5201 818 96 72

20

MT Marketeer – LOS-Förderung

EU-Fördermittel als Unterstützung für Teilexistenzgründungen

**Ein Museum als zentraler Motor für eine positive
Beschäftigungsentwicklung. Angliederung eines
Dorfladens als weitere Stabilisierung.**

- **Status. Stärke des Ortes und der Nahregion.**
- **Ziele & Visionen. Entwicklung von Tätigkeiten rund um das
Museum. Erzielung von Win-Win-Situationen.**
- **Möglichkeiten. Teilexistenzgründungen in den Bereichen:
Gastronomie, Handwerk, Referenten.**
- **Maßnahmen. Akquisition von Trägern zur Stabilisierung
des Programms. - LOS Fördermittel / EU Förderprogramme.
Basis für lokales Kapital und lokale Fördermaßnahmen.**

MT Marketeer – RFID

Produktetiketten und Handys als Einkaufsführer. Nie wieder der falsche Wein im Einkaufskorb

**Nutzung der eigenen Vorlieben zum schnellen Abgleich
beim Kauf von Produkten. Nicht nur für Allergiker.**

- **Status. Produktdaten liegen beim Handel in entsprechend
von der Industrie gepflegten Datenbanken vor.**
- **Ziele & Visionen. Erleichterung des Kaufaktes für den
Kaufenden. – Sicherung des Absatzes für den
Herstellenden und Verkaufenden.**
- **Möglichkeiten. Einsatz von marktüblichen Geräten zur
Realisation des Kaufaktes.**
- **Maßnahmen. Workshopping mit Vertretern
unterschiedlicher Interessensgruppen.**



MT Marketeer – Info-Logistik

Telematik - Informationslogistik

XeSAN – Die sichere und gesicherte Lösung des Interoperabilitätsproblems bei der **Vernetzung von Arztpraxen, Krankenhäusern** und weiteren Leistungserbringern.

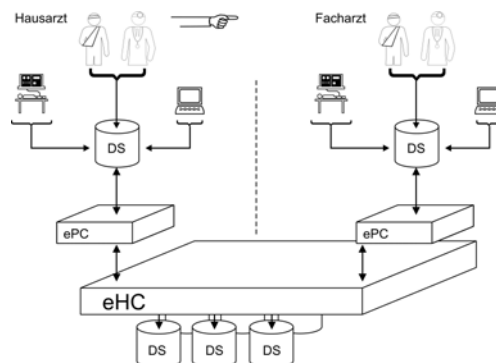
- **Konzeption.**
- **Wissenschaftliche Partner.**
- **Wirtschaftliche Realisation.**
- **"Piloting in der Realität".**

=> **Kooperation T-Systems mit MT Marketeer wird XeSAN**



MT Marketeer – XeSAN „1 + 4“

Telematik – eHealth Connect [T-Systems] Der emotionale Ansatz zur Verbindung der Praxen





MT Marketeer

Herr Michael Tönsing
Langer Acker 12
33790 Halle Westfalen
Deutschland

Fon: +49 5201 8189672
Mobil: +49 163 6921038
eMail: info@MTMarketeer.de