

Positionierungsmodell im Unternehmen einführen

Eine Strategie- und Markenberatung führt das Positionierungsmodell eines mittelständischen Dienstleisters in sechs Wochen ein: vier Phasen, drei Freigaben, 27 Dokumente.

- 27 Dokumente
- 5 Dokumentarten (Strategie, Prozess, Kommunikation, Briefings, Checklisten)
- 4 Phasen
- 6 Wochen
- 3 Gates: Ende Woche 3, Woche 5 und Woche 6
- 3 ausgefüllte Beispieldokumente: S09, K06, C10

Die 27 Dokumente

Diese 27 Dokumente tragen das Projekt von der Ausgangslage bis zur Abnahme. S steht für Strategiedokument (9), P für Prozessdokument (7), K für Kommunikation (4), B für Stakeholder-Briefing (3), C für Checkliste, Agenda oder Merkliste (4). Die IDs entsprechen dem Katalog der Strategie- und Prozessdokumente im Projektportal.

ID	Dokument	Phase	Zweck	Einsatz im Projekt
S01	Management Summary	2	Die Strategie auf einer Seite als Entscheidungsgrundlage	Strategielead, Fertigstellung in Phase 2 zusammen mit S03, S06, S12, S13
S03	SWOT	1–2	Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Unternehmens im Markt	Entwurf in Woche 1 aus dem Positionierungsmodell, Fertigstellung in Woche 2 und 3
S06	Zielgruppenprofil / Persona	1–2	Die wichtigsten Entscheider mit Zielen, Alltag und Entscheidungsweg	Entwurf in Woche 1, Fertigstellung in Woche 2 und 3
S08	Brand Platform	3	Markenkern, Werte, Persönlichkeit und Leistungsversprechen	Workshop von 90 Minuten in Woche 4 mit Geschäftsführung, Leitung Marketing und Vertrieb sowie Leitung Service und Personal
S09	Positionierungs-Statement	3	Die Positionierung in einem Satz, den jede Person im Unternehmen wiedergeben kann	Gleicher Workshop wie S08, Kurzfassung in Claim-Länge für die Sprachregelung
S11	Messaging-Matrix	3	Kernbotschaften je Zielgruppe und Kanal mit Belegen und Wortliste	Strategielead und Marketing in Woche 4
S12	Zielbild und Zielsystem	2	Das Ergebnis, auf das alle Maßnahmen einzahlen, mit Messgrößen	Fertigstellung in Phase 2, Quelle der Zielwerte des Beispielfalls

ID	Dokument	Phase	Zweck	Einsatz im Projekt
S13	Strategische Optionen	2	Zwei bis drei Wege zum Zielbild, bewertet, mit Empfehlung	Zwei Optionen mit Empfehlung für die Strategiepräsentation
S16	Strategiepräsentation (Kunde)	2	Vorstellung der Strategie mit dem Ziel der Freigabe zu Gate 1	90 Minuten am Ende der Woche 3 mit Beschlussvorschlag
P01	Customer Project Briefing	1	Alle Informationen zum Mandanten für das Team	Projektleitung in Woche 1
P03	Project Charter	1	Auftrag, Ziele, Zeitrahmen, Organisation und Budget auf zwei Seiten	Projektleitung in Woche 1, Unterschrift vor dem Übergang zu Phase 2
P05	Kick-off Agenda und Protokoll	1	Strukturierter Projektstart und festgehaltene Beschlüsse	Kick-off von 60 Minuten, Protokoll innerhalb von 24 Stunden
P07	Project Roadmap	1–4	Zeitplan mit Phasen und Gates, wöchentlich fortgeschrieben	Aufgesetzt in Woche 1, laufend aktualisiert
P12	Statusreport	2–4	Eine Seite mit Ampel, Erledigtem, Anstehendem und Entscheidungsbedarf	Jeden Freitag, begleitet von K10
P18	Freigabeprotokoll	2–4	Schriftlicher Nachweis, dass ein Ergebnis in einer Version freigegeben ist	An den Gates 1 und 2 sowie zur Abnahme, Freigabefrist drei Werktage
P19	Übergabe- und Abnahmeprotokoll	4	Offizieller Abschluss mit Übergabe aller Ergebnisse	Woche 6, Unterschrift schließt Gate 3
K02	Einladung Kick-off	1	Termin, Agenda und Vorbereitung für die Teilnehmenden	Woche 1, zusammen mit Checkliste C02
K06	Ankündigung der Geschäftsführung an alle Mitarbeitenden	3	Vorhaben, Ablauf und Rolle der Mitarbeitenden aus der Sicht der Geschäftsführung	Montag der Woche 4, von der Projektleitung vorbereitet
K10	Wöchentliches Status-Update	2–4	Begleitmail zum Statusreport	Jeden Freitag, gemeinsam mit dem Statusreport P12
K20	Abschlussmail und Einladung zum Review	4	Dank, Übergabe und Termin für das Review	Nach der Abnahme, Review von 60 Minuten
B01	Briefing Geschäftsführung	1	Rolle, Entscheidungen und Termine der Geschäftsführung	30 Minuten vor dem Kick-off
B02	Briefing Hauptansprechpartner	1	Aufgaben, Zeitbedarf und Arbeitsweise der Leitung Marketing und Vertrieb	30 Minuten vor dem Kick-off
B03	Briefing Abteilungsleitungen	3	Rolle der Abteilungen, Aufgaben und Termine	30 Minuten vor den Abteilungsworkshops
C02	Checkliste Kick-off	1	Vorbereitung, Ablauf und Nachbereitung des Kick-offs	Projektleitung, Woche 1
C05	Agenda Abteilungsworkshop (60 Minuten)	3	Ablauf der Workshops mit den Abteilungen	Vertrieb, Service und Verwaltung, je 60 Minuten

ID	Dokument	Phase	Zweck	Einsatz im Projekt
C10	Merkliste Sprachregelung für Mitarbeitende	4	Eine Seite: Positionierung, Kernbotschaften, Begriffe, Umgang mit Fragen	Abstimmung durch Strategielead und Leitung Marketing und Vertrieb, Verteilung über Aushang und Intranet
C17	Checkliste Projektabschluss und Übergabe	4	Alle Schritte bis zur Abnahme	Dokumente, Zugänge und Ablage, Woche 6

Auftrag und Lösung

Der Mandant beauftragt die Beratung, das Positionierungsmodell als Grundlage seiner Marktansprache festzulegen und in sechs Wochen in Geschäftsführung, Vertrieb, Service, Personal und Kommunikation einzuführen. Die Tabelle ordnet jedem Teil des Auftrags die Lösung im Setting zu und nennt das Ergebnis, das der Mandant dafür erhält.

Auftrag des Mandanten

Lösung im Setting

Ergebnis für den Mandanten

Die Positionierung entscheiden Phase 2	→ S01 Management Summary S03 SWOT S06 Zielgruppenprofil S12 Zielbild und Zielsystem S13 Strategische Optionen S16 Strategiepräsentation ◆ Gate 1 · Ende Woche 3	→ Gewählte strategische Option, Zielsystem, Zielgruppenprofil
Die Positionierung in Worte fassen Phase 3	→ S08 Brand Platform S09 Positionierungs-Statement S11 Messaging-Matrix ◆ Gate 2 · Ende Woche 5	→ Ein freigegebenes Fundament für alle Texte und Auftritte
Die Führungsebene gewinnen Phase 1 und 3	→ B01 Briefing Geschäftsführung B03 Briefing Abteilungsleitungen K06 Ankündigung der Geschäftsführung	→ Geschäftsführung und Abteilungsleitungen vertreten dieselbe Richtung
Alle Mitarbeitenden mitnehmen Phase 3 und 4	→ C05 Abteilungsworkshops C10 Merkliste Sprachregelung Kurzschulung · 60 Minuten · Woche 6	→ Jede Abteilung kennt Positionierung und eigene Rolle; die Sprachregelung liegt vor
Das Projekt führen Phase 1 bis 4	→ P01 Briefing P03 Charter P05 Kick-off P07 Roadmap B02 Briefing Hauptansprechpartner K02 Einladung Kick-off C02 Checkliste Kick-off P12 Statusreport K10 Status-Update P18 Freigabeprotokoll	→ Termine und Freigaben stehen fest, der Stand ist jede Woche sichtbar
Das Ergebnis übergeben Phase 4	→ P19 Übergabe- und Abnahmeprotokoll K20 Abschlussmail mit Einladung zum Review C17 Checkliste Übergabe ◆ Gate 3 · Ende Woche 6	→ Alle Dokumente liegen beim Mandanten, die Abnahme ist unterschrieben

Die Farbe eines Dokuments zeigt die Phase, in der es beginnt: Phase 1 Blau, Phase 2 Grün, Phase 3 Hellblau, Phase 4 Grau. Jedes Gate (◆) schließt eine Phase mit der Freigabe der Geschäftsführung ab.

Auftrag des Mandanten	Phase	Umgesetzt mit	Ergebnis für den Mandanten
Die Positionierung entscheiden	2	Strategiedokumente S01, S03, S06, S12, S13; Strategiepräsentation (S16) mit Gate 1 am Ende der Woche 3	Gewählte strategische Option, Zielsystem, Zielgruppenprofil
Die Positionierung in Worte fassen	3	Brand Platform (S08), Positionierungs-Statement (S09), Messaging-Matrix (S11); Gate 2 am Ende der Woche 5	Ein freigegebenes Fundament für alle Texte und Auftritte
Die Führungsebene gewinnen	1 und 3	Stakeholder-Briefings B01 und B03, Ankündigung der Geschäftsführung (K06)	Geschäftsführung und Abteilungsleitungen vertreten dieselbe Richtung
Alle Mitarbeitenden mitnehmen	3 und 4	Abteilungsworkshops (Agenda C05), Merklisse Sprachregelung (C10), Kurzschulung von 60 Minuten in Woche 6	Jede Abteilung kennt Positionierung und eigene Rolle; die Sprachregelung liegt vor
Das Projekt führen	1 bis 4	Prozessdokumente P01, P03, P05, P07, P12, P18; Briefing Hauptansprechpartner B02; Einladung K02, Status-Update K10; Checkliste C02	Termine und Freigaben stehen fest, der Stand ist jede Woche sichtbar
Das Ergebnis übergeben	4	Übergabe- und Abnahmeprotokoll (P19), Abschlussmail (K20), Checkliste C17; Gate 3 am Ende der Woche 6	Alle Dokumente liegen beim Mandanten, die Abnahme ist unterschrieben

Zielwerte des Beispielfalls (S12): Nach Woche 6 haben alle Abteilungsleitungen und mindestens 90 Prozent der Mitarbeitenden mit Kundenkontakt Positionierungs-Statement und Sprachregelung erhalten. Im Gespräch mit Kunden sprechen Vertrieb und Service mit derselben Aussage.

Beispielfall und Rollen

Der Beispielfall ist nachempfunden: eine kleine Strategie- und Markenberatung begleitet ein mittelständisches Dienstleistungsunternehmen.

Größe	Festlegung
Beratung	Beratung Beispiel, Strategie- und Markenberatung mit 3 Personen
Mandant	Falkner Industrieservice GmbH, Instandhaltung für Produktions- und Logistikanlagen, 60 Mitarbeitende, 14 davon im Servicedienst
Ausgangslage	Das Marktsprachemodell des Mandanten liegt vor: Identitätsmodell, Publikumsmodell und Marketing-Ökosystem, marktseitig kalibriert, mit über 150 formulierten strategischen Themen. Geschäftsführung, Vertrieb, Service und Personal sprechen den Markt mit unterschiedlichen Aussagen an.
Thema	Positionierungsmodell im Unternehmen einführen
Ziel	Alle Bereiche sprechen mit derselben Aussage; die Geschäftsführung hat Positionierung, Zielsystem und Roadmap freigegeben.
Laufzeit	Sechs Wochen, Woche 1 bis Woche 6
Hauptansprechpartner	Projektleitung der Beratung (Operator) und Leitung Marketing und Vertrieb des Mandanten

Rollen und Hauptansprechpartner

Alle Fäden laufen bei zwei Personen zusammen: der Projektleitung der Beratung (Operator im Projektportal) und der Leitung Marketing und Vertrieb des Mandanten. Beide benennen eine Vertretung und antworten innerhalb eines Werktags.

Seite	Rolle	Aufgabe im Projekt	Entscheidet über
Beratung	Beratungsinhaber (Strategielead)	Prüft Strategiedokumente, moderiert Workshops, hält die Präsentationen	Formulierung der Aussagen innerhalb des Positionierungsmodells
Beratung	Projektleitung (Operator)	Steuerung im Projektportal, Statusreport, Termine	Ablauf und Priorisierung im Rahmen der Charter
Mandant	Geschäftsführung (Auftraggeber)	Freigaben an den Gates, Ankündigung an alle Mitarbeitenden	Alle Freigaben der Gates
Mandant	Leitung Marketing und Vertrieb (Hauptansprechpartner)	Tägliche Abstimmung, Materiallieferung, Fachfreigabe	Inhalte und Texte im Rahmen der Freigaben
Mandant	Leitung Service und Personal	Mitnahme von Servicedienst und Verwaltung	Fachfreigabe Service- und Personaltexte

Zeitplan

Vier Phasen führen in sechs Wochen vom Projektstart zur Abnahme. Jedes Gate schließt eine Phase ab: Gate 1 Ende Woche 3, Gate 2 Ende Woche 5, Gate 3 Ende Woche 6. Phase 2 und Phase 3 überlappen in Woche 3, Phase 3 und Phase 4 in Woche 5.



Die Farbe zeigt die Phase: Phase 1 Blau, Phase 2 Grün, Phase 3 Hellblau, Phase 4 Grau. Phase 2 und 3 überlappen in Woche 3, Phase 3 und 4 in Woche 5. Jedes Gate (◆) schließt eine Phase ab.

Phase	Zeitraum	Ziel	Gate	Dokumente
1 Start und Ausgangslage	Woche 1	Alle Beteiligten kennen Auftrag, Rollen und Zeitplan; die Ausgangslage ist gesichtet	–	10
2 Positionierung entscheiden	Woche 2 und 3	Die Geschäftsführung wählt eine strategische Option und gibt Zielsystem und Roadmap frei	Gate 1, Ende Woche 3	9
3 Fundament und Mitnahme	Woche 3 bis 5	Identität und Sprache stehen im Positionierungsmodell fest; Geschäftsführung, Abteilungsleitungen und Mitarbeitende kennen die Richtung	Gate 2, Ende Woche 5	9
4 Verankerung und Übergabe	Woche 5 und 6	Die Sprachregelung ist verteilt, das Projekt ist übergeben und abgenommen	Gate 3, Ende Woche 6	7

Die Dokumentenzahl je Phase zählt laufende Dokumente (P07, P12, P18, K10) in jeder Phase mit, in der sie eingesetzt werden.

Dokumentenregister

Das Register zeigt, welche Dokumente in welcher Phase zum Einsatz kommen.

Dokumentart	Phase 1 Start und Ausgangslage Woche 1	Phase 2 Positionierung entscheiden Woche 2 bis 3	Phase 3 Fundament und Mitnahme Woche 3 bis 5	Phase 4 Verankerung und Übergabe Woche 5 bis 6
Strategie	S03 S06	S01 S03 S06 S12 S13 S16	S08 S09 S11	
Prozess	P01 P03 P05 P07	P12 P18	P12 P18	P12 P18 P19
Kommunikation	K02	K10	K06 K10	K10 K20
Briefings	B01 B02		B03	
Checklisten	C02		C05	C10 C17
Gates		◆ Gate 1	◆ Gate 2	◆ Gate 3

Gefüllte Felder zeigen die Phase, in der ein Dokument beginnt (Phase 1 Blau, Phase 2 Grün, Phase 3 Hellblau, Phase 4 Grau). Weiße Felder mit Rahmen zeigen Dokumente, die in dieser Phase weiterlaufen oder fortgeschrieben werden. Die Project Roadmap (P07) und der Statusreport (P12) werden in jeder Phase fortgeschrieben.

Phase	Strategie (S)	Prozess (P)	Kommunikation (K)	Briefings (B)	Checklisten (C)
1 Start und Ausgangslage (W1)	S03, S06 als Entwürfe	P01, P03, P05, P07	K02	B01, B02	C02
2 Positionierung entscheiden (W2–W3)	S01, S03, S06, S12, S13, S16	P12, P18	K10	–	–
3 Fundament und Mitnahme (W3–W5)	S08, S09, S11	P12, P18	K06, K10	B03	C05
4 Verankerung und Übergabe (W5–W6)	–	P12, P18, P19	K10, K20	–	C10, C17

Laufende Dokumente: Project Roadmap (P07) und Statusreport (P12) werden in jeder Phase fortgeschrieben.

Die vier Phasen

Phase 1 – Start und Ausgangslage

Zeitraum: Woche 1. **Verantwortlich:** Projektleitung, Moderation des Kick-offs durch den Strategielead.

Ziel: Alle Beteiligten kennen Auftrag, Rollen und Zeitplan; die Ausgangslage ist gesichtet.

1. **Positionierungsmodell sichten** (Strategielead, 3 Stunden): Identitätsmodell, Publikumsmodell und Marketing-Ökosystem lesen, Zielgruppenprofil (S06) und SWOT (S03) als Entwürfe anlegen.
2. **Briefings vorab** (je 30 Minuten): Geschäftsführung (B01) und Hauptansprechpartner (B02) erhalten ihr Briefing.
3. **Prozessdokumente aufsetzen** (Projektleitung, 2 Stunden): Customer Project Briefing (P01), Project Charter (P03), Project Roadmap (P07).
4. **Kick-off** (60 Minuten): Einladung K02, Checkliste C02, Agenda und Protokoll P05.
5. **Protokoll** innerhalb von 24 Stunden an alle Teilnehmenden.

Dokumente: S03, S06, P01, P03, P05, P07, K02, B01, B02, C02.

Übergang zu Phase 2: Die Charter ist unterschrieben, die Termine für Jour fixe und Strategiepräsentation stehen, die Entwürfe der Ausgangslage liegen vor.

Phase 2 – Positionierung entscheiden

Zeitraum: Woche 2 und 3. **Verantwortlich:** Strategielead, Beratungsinhaber für das Gespräch mit der Geschäftsführung.

Ziel: Die Geschäftsführung wählt eine strategische Option und gibt Zielsystem und Roadmap frei (Gate 1).

1. **Strategiedokumente fertigstellen** (Strategielead, 6 Stunden): Management Summary (S01), SWOT (S03), Zielgruppenprofil (S06), Zielbild und Zielsystem (S12), Strategische Optionen (S13).
2. **Strategiepräsentation** (S16, 90 Minuten, Ende Woche 3): Ausgangslage, Zielbild, zwei Optionen mit Empfehlung, Beschlussvorschlag.

3. **Entscheidung festhalten:** Freigabeprotokoll P18 mit gewählter Option, Zielwerten und Unterschrift der Geschäftsführung.
4. **Korrekturrunde:** Rückmeldungen innerhalb von drei Werktagen, höchstens zwei Runden.
5. **Statusreport** (P12) jeden Freitag mit der Begleitmail K10.

Dokumente: S01, S03, S06, S12, S13, S16, P12, P18, K10.

Übergang zu Phase 3 (Gate 1): Das Freigabeprotokoll ist unterschrieben, die Strategiedokumente liegen in Version 1.0 vor.

Phase 3 – Fundament und Mitnahme

Zeitraum: Woche 3 bis 5. **Verantwortlich:** Strategielead, Kommunikation der Geschäftsführung durch die Projektleitung vorbereitet.

Ziel: Identität und Sprache des Mandanten stehen im Positionierungsmodell fest; Geschäftsführung, Abteilungsleitungen und Mitarbeitende kennen die Richtung (Gate 2).

1. **Brand Platform und Positionierungs-Statement** (Workshop, 90 Minuten, Woche 4): Geschäftsführung, Leitung Marketing und Vertrieb sowie Leitung Service und Personal arbeiten S08 und S09 aus.
2. **Messaging-Matrix** (S11, Strategielead und Marketing, Woche 4): Kernbotschaften je Zielgruppe und Kanal.
3. **Ankündigung der Geschäftsführung** (K06, Montag der Woche 4) an alle Mitarbeitenden.
4. **Briefing der Abteilungsleitungen** (B03, 30 Minuten) und **Abteilungsworkshops** nach Agenda C05 (Vertrieb, Service, Verwaltung, je 60 Minuten).
5. **Freigabe:** Brand Platform, Positionierungs-Statement und Messaging-Matrix gehen in die Freigabe (P18, drei Werktage).
6. **Statusreport** jeden Freitag (P12, K10).

Dokumente: S08, S09, S11, K06, K10, B03, C05, P12, P18.

Übergang zu Phase 4 (Gate 2): Das Freigabeprotokoll Fundament ist unterschrieben, alle Abteilungsworkshops haben stattgefunden.

Phase 4 – Verankerung und Übergabe

Zeitraum: Woche 5 und 6. **Verantwortlich:** Projektleitung, Strategielead für die Schulung.

Ziel: Die Sprachregelung ist verteilt, das Projekt ist übergeben und abgenommen (Gate 3).

1. **Sprachregelung** (Merkliste C10): Strategielead und Leitung Marketing und Vertrieb stimmen sie ab; Verteilung über Aushang und Intranet.
2. **Kurzschulung** (60 Minuten, Woche 6) für alle Mitarbeitenden mit Kundenkontakt, Termine nach Absprache mit der Leitung Service und Personal.
3. **Übergabe:** Dokumente, Zugänge und Ablage laut Checkliste C17; Übergabe- und Abnahmeprotokoll (P19).
4. **Abschluss:** Abschlussmail K20 mit Einladung zum Review (60 Minuten).
5. **Statusreport** (P12, K10) bis zur Abnahme.

Dokumente: P12, P18, P19, K10, K20, C10, C17.

Abschluss (Gate 3): Das Übergabe- und Abnahmeprotokoll ist unterschrieben, das Review hat einen Termin, die Positionierung liegt als Datensatz im Portal und als Dokument beim Mandanten.

Arbeitsrhythmus und Spielregeln

Sechs Regeln halten das Projekt in sechs Wochen im Takt.

Regel	Festlegung	Dokument
Erreichbarkeit	Projektleitung und Leitung Marketing und Vertrieb benennen eine Vertretung und antworten innerhalb eines Werktags	P01, P03
Abstimmung	Tägliche Abstimmung zwischen Projektleitung und Hauptansprechpartner	B02, P03
Statusreport	Jeden Freitag mit Ampel, Erledigtem, Anstehendem und Entscheidungsbedarf, begleitet von der Mail K10	P12, K10
Protokoll	Kick-off-Protokoll innerhalb von 24 Stunden an alle Teilnehmenden	P05
Korrekturrunden	Rückmeldungen innerhalb von drei Werktagen, höchstens zwei Runden	P18
Freigaben	Schriftlich durch die Geschäftsführung an den drei Gates, Freigabefrist drei Werktage	P18, P19

Beispieldokumente

Drei Dokumente des Beispielfalls liegen ausgefüllt vor und zeigen, wie die Vorlagen des Settings aussehen.

S09 Positionierungs-Statement

„Für Betreiber von Produktions- und Logistikanlagen, die Stillstände planbar vermeiden wollen, ist Falkner Industrieservice der Instandhaltungspartner, der Wartung, Ersatzteile und Notdienst aus einem Haus organisiert, weil Servicetechniker, Ersatzteillager und Einsatzplanung zusammenarbeiten.“

Kurzfassung (Claim-Länge): Anlagen in Bewegung. Aus einem Haus.

K06 Ankündigung der Geschäftsführung an alle Mitarbeitenden

Betreff: Wir schärfen unsere Positionierung – das haben wir vor

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Falkner Industrieservice hält Anlagen unserer Kunden in Bewegung. Damit unsere Kunden uns genauso sehen, legen wir in den nächsten Wochen unsere Positionierung fest.

Was geschieht: Gemeinsam mit [Beratung] entwickeln wir Aussage und Auftritt. In den kommenden zwei Wochen laden wir Vertrieb, Service und Verwaltung zu kurzen Workshops ein. Ihre Erfahrung aus dem Kundenkontakt ist gefragt.

Was das für Sie bedeutet: Sie erhalten bis [Datum] eine Sprachregelung auf einer Seite. Ansprechpartner im Haus ist [Name Leitung Marketing und Vertrieb], [E-Mail].

C10 Merkliste Sprachregelung für Mitarbeitende

1. **Positionierung in einem Satz:** das Positionierungs-Statement (S09) in Claim-Länge.
2. **Drei Kernbotschaften** mit je einem Beleg aus der Messaging-Matrix (S11).
3. **Begriffe:** bevorzugte Begriffe und Schreibweisen aus der Wortliste.
4. **Bei Kundenfragen:** Kernbotschaft nennen, ein Beispiel erzählen, auf [Ansprechpartner] verweisen.
5. **Bei Medienanfragen:** freundlich an die Geschäftsführung weiterleiten ([Name, Telefon]).
6. **Bei Fragen im Haus:** an die Leitung Marketing und Vertrieb ([E-Mail]).

Abschluss

Dieses Setting auf Ihre Agentur und Ihre Mandanten übertragen: Wir stimmen Dokumente, Phasen und Gates auf Ihr Leistungsangebot ab.

Der Beispielfall ist nachempfunden. Die Dokument-IDs entsprechen dem Katalog der Strategie- und Prozessdokumente.

Impressum

Angaben gemäß § 5 TMG

Markenmachen.com
Jaldis B.V.
Friedenheimer Brücke 20
80639 München
Deutschland

Kontakt

Telefon: +49 (0)89 2488 5769
E-Mail: service@markenmachen.com

Verwaltungsrat

Mario Ritzerfeld

Registergericht

Niederländische Handelskammer

Registernummer

70261350

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27 a UStG

DE367411641

Redaktionell verantwortlich

Thomas Birgel

Satzungsmäßiger Sitz

Keurenplein 41
Unit D6500
1069 CD Amsterdam
The Netherlands

Haftung für Inhalte

Als Diensteanbieter sind wir gemäß § 7 Abs.1 TMG für eigene Inhalte auf diesen Seiten nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Nach §§ 8 bis 10 TMG sind wir jedoch nicht verpflichtet, übermittelte oder gespeicherte fremde Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Verpflichtungen zur Entfernung oder Sperrung der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben hiervon unberührt. Eine diesbezügliche Haftung ist jedoch erst ab dem Zeitpunkt der Kenntnis einer konkreten Rechtsverletzung möglich. Bei Bekanntwerden von entsprechenden Rechtsverletzungen werden wir diese Inhalte umgehend entfernen.

Haftung für Links

Unser Angebot enthält Links zu externen Websites Dritter, auf deren Inhalte wir keinen Einfluss haben. Deshalb können wir für diese fremden Inhalte auch keine Gewähr übernehmen. Für die Inhalte der verlinkten Seiten ist stets der jeweilige Anbieter oder Betreiber der Seiten verantwortlich. Die verlinkten Seiten wurden zum Zeitpunkt der Verlinkung auf mögliche Rechtsverstöße überprüft. Rechtswidrige Inhalte waren zum Zeitpunkt der Verlinkung nicht erkennbar. Eine permanente inhaltliche Kontrolle der verlinkten Seiten ist jedoch ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht zumutbar. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Links umgehend entfernen.

Urheberrecht

Die durch die Seitenbetreiber erstellten Inhalte und Werke auf diesen Seiten unterliegen dem deutschen Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts bedürfen der schriftlichen Zustimmung des jeweiligen Autors bzw. Erstellers. Downloads und Kopien dieser Seite sind nur für den privaten, nicht kommerziellen Gebrauch gestattet. Soweit die Inhalte auf dieser Seite nicht vom Betreiber erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter beachtet. Insbesondere werden Inhalte Dritter als solche gekennzeichnet. Solltest du trotzdem auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitten wir um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Inhalte umgehend entfernen.