

**NEWSLETTER
03/2011**

01 ANGEBOTE

02 AGENTURNEWS

03 TRENDSCOUT



**Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen
Ihr Team der geno kom Werbeagentur.**

geno kom Werbeagentur GmbH · Mecklenbecker Straße 229 · 48163 Münster
Büro Köln/Bonn: Mottmannstraße 5c · 53842 Troisdorf
Fon 0251 530 01-0 · Fax 0251 530 01-99 · www.geno-kom.de · info@geno-kom.de

geno | kom

Frauenfußball-WM 2011 – mehr als nur ein Event

Die Fußball-WM der Damen findet 2011 quasi direkt vor unserer und Ihrer Tür statt. Damit ist das weltweit gefeierte Spektakel der perfekte Aufhänger, um mit Ihrer Kommunikation den vorhandenen Mediendruck zu nutzen. Ob Kicker-Event für Mitarbeiter und Kunden in Ihrem Haus, [aufmerksamkeitsstarke Kampagnenoptik](#) zum Thema Gewinnsparen oder eine eigens für Ihr Haus entwickelte Konzeption – diesen Anlass sollten Sie nicht ungenutzt vorüberziehen lassen. Wir freuen uns auf Ihre Anfragen.



Kontakt:

Markus Krabbe
Fon 0251 53001-80
markus.krabbe@geno-kom.de

André Radivojevic
Fon 0251 53001-85
andre.radivojevic@geno-kom.de

Nicole Reher
Fon 0251 53001-86
nicole.reher@geno-kom.de

Christian Voß
Fon 0251 53001-63
christian.voss@geno-kom.de

www.vierzueins.de



01 ANGEBOTE

2

3/2011

Referentenservice – Know-how mit dem Sie Volltreffer landen



Sie wollen Ihre Gäste begeistern und ihnen mit hochkarätigen Persönlichkeiten ein echtes Erlebnis bereiten? Ob Sport, Wirtschaft, Wissenschaft oder Kultur: In allen Bereichen gesellschaftlich relevanter Themen gibt es Menschen, die es verstehen, mit ihrer Erfahrung und ihrem Charisma zu bestechen – und wir vermitteln sie Ihnen für Ihre Veranstaltungen.

Kontakt:

Thomas Paul
Fon 0251 53001-53
thomas.paul@geno-kom.de



geno | kom

Software-Entwicklung – Individualprogrammierung für Mafo-Institut

Seit Anfang Februar ist das neue Projektmanagementtool bei der CSI International GmbH in Dortmund im Einsatz. Mit der eigens für das Unternehmen programmierten Software können fortan nicht nur interne Prozesse bearbeitet und verwaltet werden, sie bietet zudem auch effektive Schnittstellen zur Auswertung und Analyse der einzelnen Projekte. Mit einer integrierten Funktionalität für Kosten- und Zeiterfassung ist das Tool auch für die Buchhaltung des Unternehmens ein wertvoller und voll anschlussfähiger Informationslieferant. Verantwortlich für Konzeption, Design und Programmierung der Software ist das Team der incognito GmbH & Co. KG, die seit Anfang des Jahres zur Familie der geno kom gehört.

Markus Rudde, Geschäftsführer bei incognito: „Individualprogrammierung ist immer dort sinnvoll, wo die Bedürfnisse an Design und Funktionalität unternehmensspezifischen Anforderungen unterliegen. Ein Produkt von der Stange wäre in diesem Fall sicher nicht zielführend gewesen.“

Ein [Klick](#) auf das Bild führt zur Referenz auf der Website von incognito.

Projektbereich	Kunde	Fachlfd	Stücklfd	Zustand	Datum	Start	Ende
Ameyo comedia	Comedia	1000	107	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	5.000,00 €
Eigenes Projekt	Eigenes Projekt	1000	416	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	10.000,00 €
Ameyo	Ameyo	1000	789	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	12.000,00 €
Canva online	Ameyo	1000	716	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	400,00 €
Herold	Herold	1000	107	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	300,00 €
Parlament	Parlament	1000	889	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	10.000,00 €
Ameyo online	Ameyo online	1000	416	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	2.000,00 €
Ameyo	Ameyo	1000	107	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	5.000,00 €
Ameyo	Ameyo	1000	716	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	4.000,00 €
Ameyo	Ameyo	1000	416	01.07.2010	01.08.2010	01.10.2010	10.000,00 €

Kontakt:

Markus Rudde
Fon 0251 7036688-6
markus.rudde@incognito.ms

3

3/2011

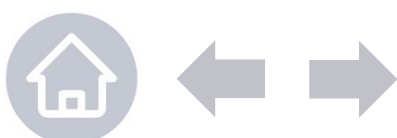
Azubisuche – Ich werde Banker

Jetzt ist es wieder Zeit, geeignete Bewerber für die Besetzung Ihrer Ausbildungsplätze zu akquirieren. Mit unseren Kommunikationsmitteln erregen Sie Aufmerksamkeit und wecken die Neugier Ihrer Zielgruppe. Positionieren Sie sich als attraktiver Arbeitgeber und zeigen potentiellen Bewerbern die Karrieremöglichkeiten bei Ihrer Bank auf. [Hier](#) geht's zum vollständigen Werbemittelangebot.

Kontakt:

Andre Koch
Fon 0251 53001-60
andre.koch@geno-kom.de

Marie-Luise Maschke
Fon 0251 53001-19
marie-luise.maschke@geno-kom.de



geno | kom

Neuer Jubiläumsbotschafter im Team – er rollt und rollt und rollt ...

Jubiläumskommunikation kann weitaus mehr sein, als eine Chronik der vergangenen Jahre, ein Mitarbeiter-Incentive oder ein Artikel in der örtlichen Tageszeitung. Wir wollten für unser 50-jähriges Jubiläum einen Botschafter, der auf einen Blick zeigt, worauf es ankommt: Beständigkeit und die Fähigkeit, seinem Umfeld auch nach 50 Jahren noch das Herz höher schlagen zu lassen. Wir transportieren Botschaften – und das tut unser Jubiläumskäfer genauso: auch nach einem halben Jahrhundert leistet er noch treue Dienste und begeistert die Menschen auf unterschiedlichste Art und Weise. Sie wollen wissen wie? Wir halten Sie über die Aktionen unseres geno kom(plizen) auf dem Laufenden – denn er läuft und läuft und läuft ...



CeBIT 2011 – voller Erfolg für den Auftritt der GAD

Vom 01. bis zum 05. März 2011 präsentierte die GAD eG, Spezialist für Banken-IT, auf der Standfläche des Technologiepartners IBM das erste webfähige Bankenverfahren Deutschlands, bank21. Der Auftritt der GAD avancierte dabei zum Publikumsmagneten. Neben dem Supercomputer Watson, der in der Quizshow Jeopardy gegen Menschen antrat und gewann, gehörte bank21 zu den am meisten nachgefragten Themen auf der Präsentationsfläche von IBM. Die kommunikative Begleitung der GAD-Präsenz wurde von der Einladung bis hin zur Gestaltung des Auftritts in Hannover durch unsere Agentur umgesetzt.



Kontakt:

Andre Koch
Fon 0251 53001-60
andre.koch@geno-kom.de



Social Networking – Heinekens warme Umarmung

Netzwerken nennt man es heute und meint damit das Herstellen und die Pflege von Verbindungen – sowohl privat als auch beruflich. In Zeiten des Internets gibt es dafür viele effektive Wege: E-Mail, Newsletter, RSS-Feeds, Blogs und allen voran die Business-Plattformen und social-networks wie Xing, linked-in, facebook, Twitter und Co. Perfekte Multiplikationsmedien, die in kürzester Zeit Botschaften verbreiten und dabei die virale Macht des Netzes nutzen.

Früher nannte man das Verhalten der Beteiligten, das diesem viralen Effekt zugrundeliegt, Klatsch und Tratsch. Die besten Plätze dafür waren beim Friseur, an der Supermarktkasse und natürlich beim Bier in der Kneipe um die Ecke.

Heineken kehrt zurück zu seinen Wurzeln und überträgt den facebook Like-it-Button auf besonders herzliche Art ins echte Leben. So bedankt sich der Amsterdamer Brauereikonzer bei seinen Fans. Ein [Klick](#) aufs Bild zeigt die smarte Aktion.



Heineken SOCIAL NETWORKING SINCE 1873

5

3/2011

Ambush Marketing? – Werbung wo sie hingehört

Wie sich diese Form der Werbung nennt ist letztlich egal – sie funktioniert genau dort, wo die Botschaft auch Sinn macht. Die Neuseeländische Bekleidungskette Superette nutzte Bänke in Parks und an Bushaltestellen, um ihre Werbebotschaft auf die nackten Beine der Menschen zu pressen, die auf den Bänken sitzen. Ein echter Hingucker – nicht nur für Männer, denn die Botschaft wirkt nur, weil das Produkt auch stimmt. Die Bekleidungskette hat auch schon früher mit [ungewöhnlichen Kampagnen](#) auf sich aufmerksam gemacht, die mindestens ebenso zu Diskussionen angeregt haben, wie dieses Beispiel.



geno | kom