MIRK STSF HANDBUCH



"ICH WEISS, HÄLFTE MEINER R NICHT, WELCHE

... soll Henry Ford gesagt haben. Damit das nicht passiert, legen wir uns nicht nur 100% ins Zeug für unsere Arbeit, sondern beobachten auch, was um uns herum passiert.



EDITORIAL

Geschäftszeiten immer wieder auf nette Kontakte, die das Miteinander deutlich vertiefen. Und hier werden Geschäfte auf Vertrauensbasis gemacht – dazu zählen auch das Wort und der Handschlag auf beiden Seiten. Als dann die Einladung in den Kreis des Wirtschaftsbund HANSE* ins Haus Ihr Boris Bünning kam, musste nicht lange überlegt werden, denn genau diese hanseatischen Unternehmensgründer und Inhaber von vitamin B² Tugenden wie Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, Verlässlichkeit, Anstand und Fairness gehören zum Selbstverständnis des ehrbaren Kaufmanns. Diesen fühlen wir uns gerne verpflichtet und stehen jederzeit zu unserem Wort, denn so erwarten wir es auch von unseren Geschäftspartnern,

Wir sind Stader und sind es gern. Denn hier trifft man auch außerhalb der Lieferanten oder den eigenen oder freien Mitarbeitern, die jeden Tag für den Erfolg unserer Arbeit da sind. Damit das noch lange so bleibt, werden wir daran auch nichts ändern.





INHALTSSTOFFE

NEUES AUS DER ALTSTADT 06

UNSERE KUNDEN 08

WIE ALLES BEGINNT 12

LOGO? LOGO! 14

CORPORATE DESIGN 16

CORPORATE MANUAL 18

ANZEIGENKAMPAGNEN 20

MAGAZINE 22

MAILINGS 24

STORYTELLING 26

NEWSLETTER 28

KATALOGE 30

KLIMASCHUTZ 32

VOM PRODUKT ZUM DESIGN 34

PRODUKT-FOTOGRAFIE 36

RADIOWERBUNG 38

WERBEFILM 40

INTERNET 44

NEWS ALS E-NEWSLETTER 46

DAS VB²-NETZWERK 48

HELDEN DER ARBEIT 50

EXPERTENWISSEN 52

SPONSORING 54

LANDWIRTSCHAFTLICHES MARKETING 56

EMOTIONEN ZEICHNEN 58

UNSER MINIBUCH 60

BIBLIOTHEKSMARKETING 62

DRUCKSACHEN 64

IMPRESSUM 66

HIER GIBT ES TÄGLICH NEUE IMPULSE

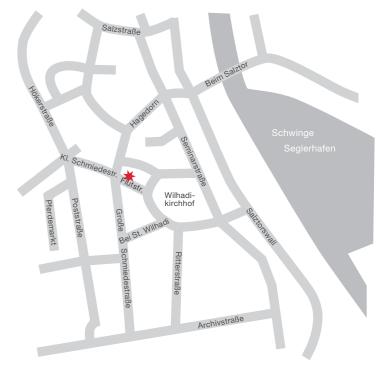
Nicht nur in unserer Denkweise sind wir am Puls der Zeit – auch örtlich: einer offenen Tür für einen Kaffee oder einem kurzen "Zwischen-Tür-undder Flutstraße 1 längst auch ein Ort der Begegnungen geworden. Stets mit Kleinstadt Stade – so lebt sich direkte Kommunikation!

Mitten in der historischen Altstadt der schönen Hansestadt Stade und Angel-Gespräch". Denn viele unserer Kunden befinden sich in fußläufiger einen Glockenschlag entfernt zur St. Wilhadi Kirche – im Stader Volksmund Nachbarschaft und schätzen den "kurzen Dienstweg". Aber auch auswärder "schiefe Turm von Stade" genannt. Inzwischen ist unsere Agentur in tige Kunden freuen sich über einen Ausflug ins Zentrum der schönen





vitamin B² | Konzept- und Werbeagentur Flutstraße 1 | 21682 Stade Tel. 04141 - 67 07 09 media@vitamin-b2.com | www.vitamin-b2.com



UNSERE KUNDEN

So breit unser Leistungsspektrum, so vielfältig sind unsere Kunden. richtig kennen: zu 100% und in 360°. Das müssen wir, denn wir tau-

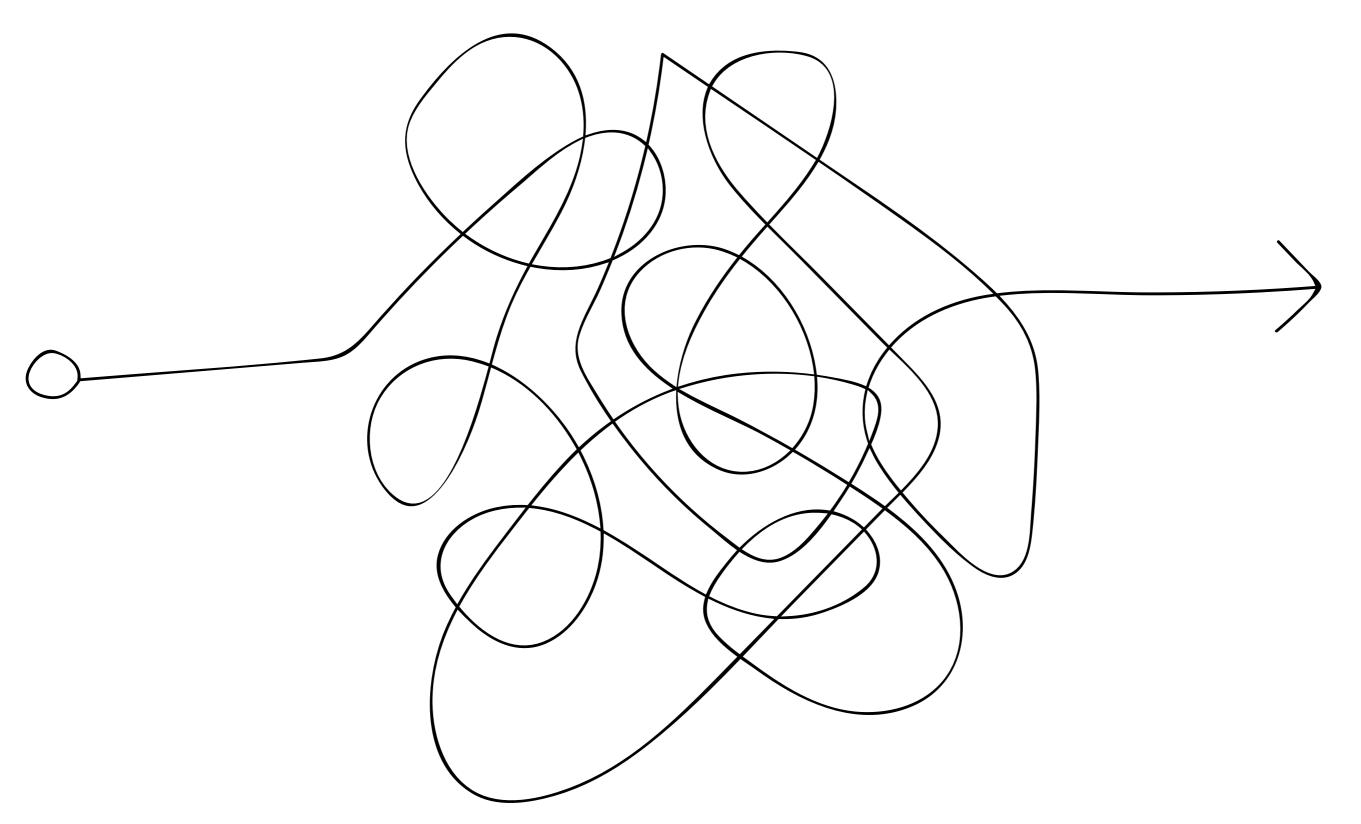
Aus Handel und Industrie, Medizin und Handwerk oder Dienstleis- chen mit Wissbegierde in neue Materien ein, um zu verstehen, was tung und Kindermarketing – das Portfolio ist branchenübergreifend wir tun. Nur so können wir den Anspruch an Bild und Sprache, Form und damit für uns bunt und spannend. Wir lernen unsere Kunden und Funktion erfüllen. Denn wir sind erst zufrieden, wenn wir es sind.



DASSICH NICHTS
WEISS"

SOKRATES

WISSEN WER'S
MACHT"
BÜNNING



WIE ALLES BEGINNT

helfen wir Ihnen natürlich. Ganz klassisch mit Kennenlerngesprächen, 100%ige Kundenzufriedenheit.

Sie haben eine zündende Idee, aber wie vermarkten? Oder aber brau- aus denen dann Beratungsgespräche werden, erste Ideenpräsentachen eine zündende Idee, um Ihrer Idee Taten folgen zu lassen? Wie tionen von "1:1 Umsetzung des Briefings" bis hin zu "ganz anders". auch immer. Wir sind eine Full-Service-Werbeagentur und verstehen Eine unserer großen Stärken ist unsere hohe Empathiefähigkeit. Wir es auch so. Full-Service: Alles können, nichts müssen. Wir können albrowsen durch die Gedanken unserer Kunden und durch die der les umsetzen – fast – und Sie müssen nur sagen, was Sie wollen. Dabei Kunden unserer Kunden und überprüfen stets das gemeinsame Ziel:

LOGO? LOGO!

Worum geht's? ... Briefing ... Skizzen und Skribbels ... Zwischenprüfung ... Papierkorb ... Zurück auf LOS ... zündende Idee ... Auslese ... Annäherung ... läuft ... WOW! ... Endreife ... 100% ... endlich das Wir-sind-super-Gefühl ... Kunde begeistert ... her mit den Drucksachen.

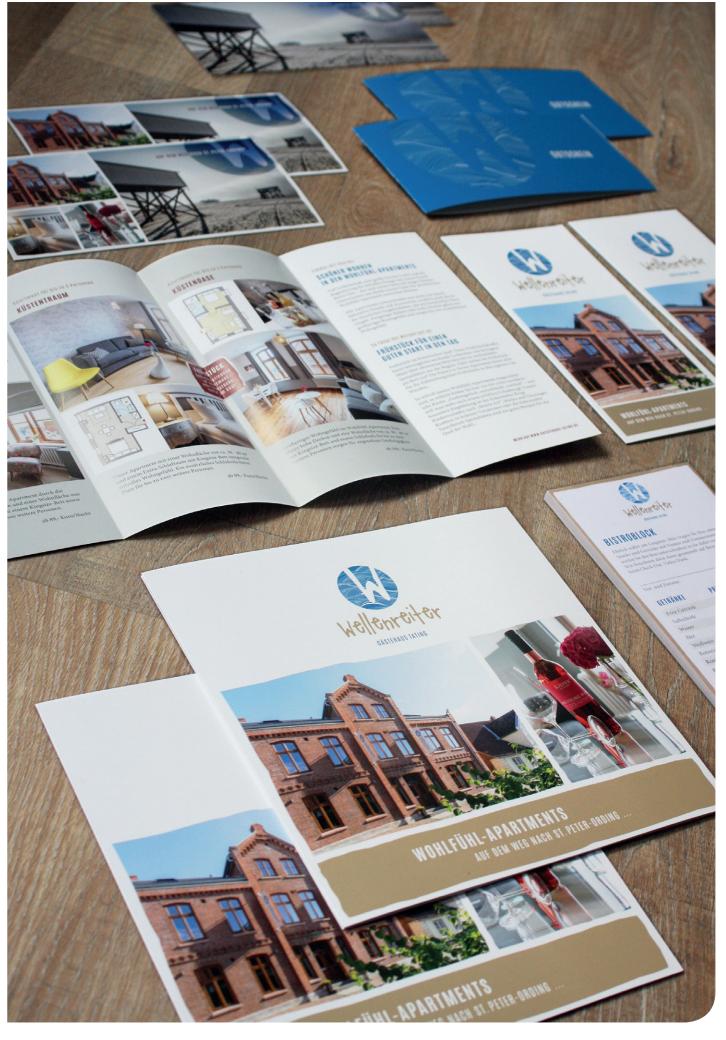




STEP BY STEP ZUM ERFOLG

Das visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens ist ein nicht un- men nicht einfach einen modischen Mantel überzustülpen, sondern dies umsetzte. Bis heute ist die Analyse des Firmenstils Schlüssel für sagen, es ist das Herzstück des CD... die Auswahl der Werbeinstrumente und dient dazu, einem Unterneh-

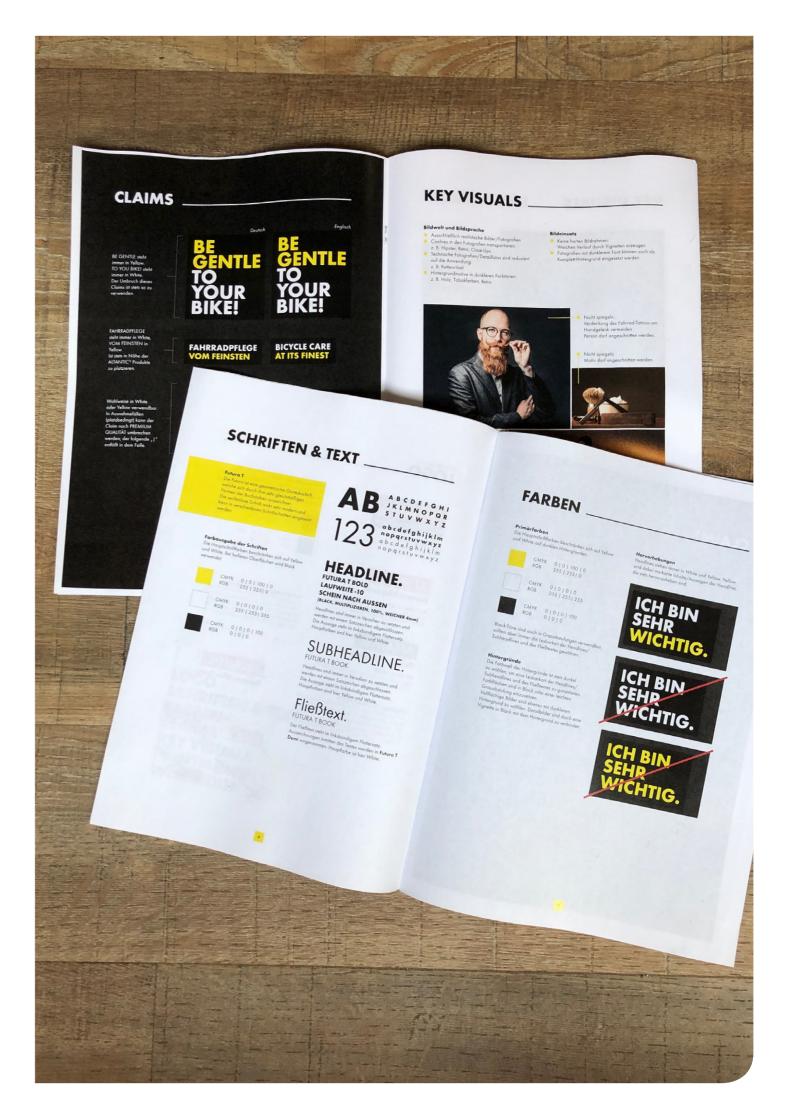
wesentlicher Bestandteil seiner Identität. Wussten Sie, dass Deutsch- ihm zu einem ganzheitlichen Kommunikationskonzept mit strategischer land als das Ursprungsland des "CD" gilt? Bereits zu Beginn des 20. Zielsetzung zu verhelfen. Dabei ist das Corporate Design ein Element Jahrhunderts waren die Anfänge des Strebens, einem Unternehmen dieses Konzeptes. Als Full-Service-Agentur fühlen wir unserem Kunden ein konsequent einheitliches, identifizierbares "Gesicht" zu verpassen. behutsam auf den Zahn um ein schlüssiges Gesamtkonzept zu bieten. Die Firma AEG gehörte damals zu einem der ersten Unternehmen, die Klar, dabei spielt das Key Visual eine entscheidene Rolle und wir würden

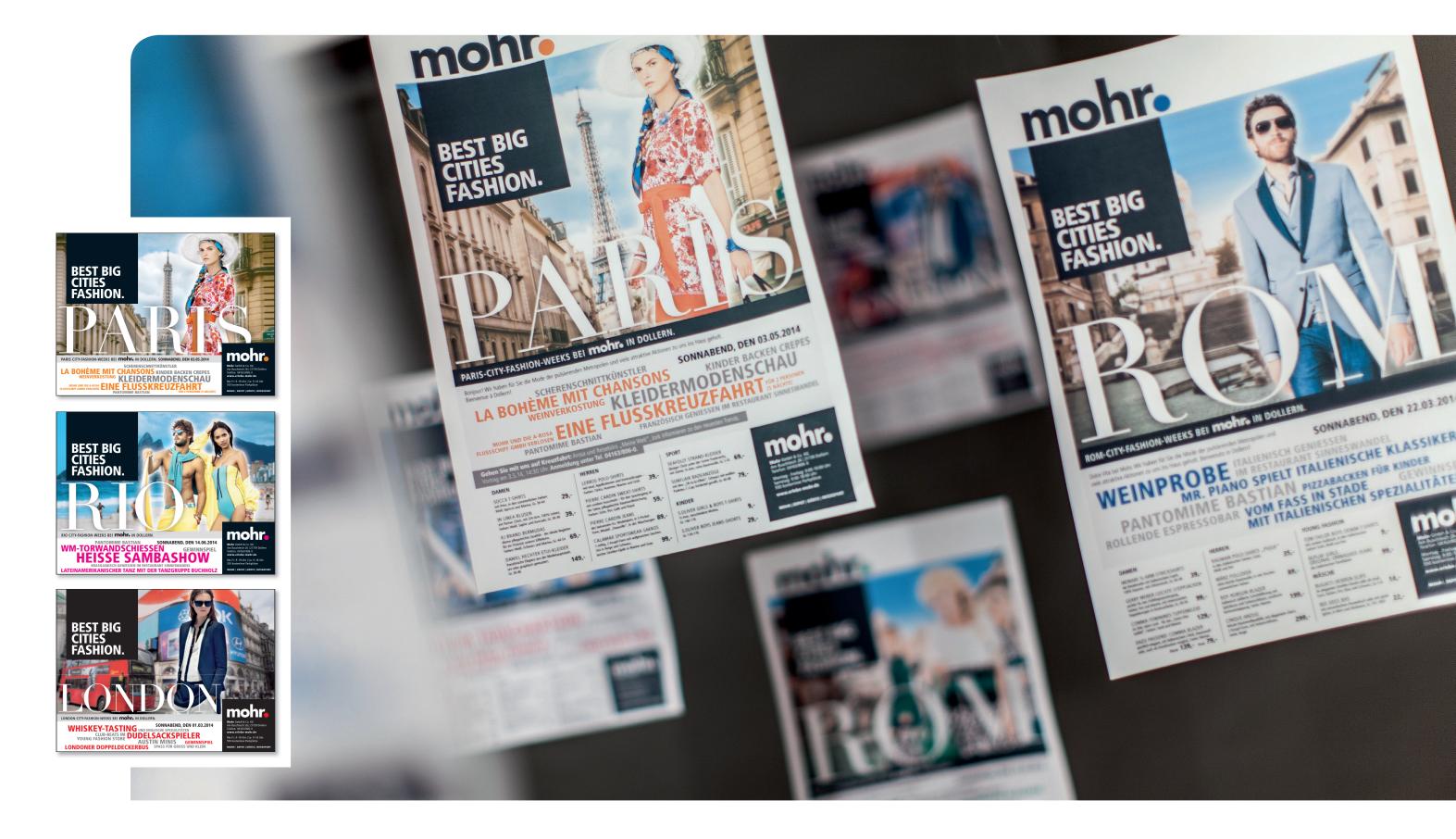


CORPORATE MANUAL WISSEN WIE'S GEHT

Das Team von vitamin B² gibt professionelle Nachhilfe im Umgang mit Und Arbeit ist es in jedem Fall, denn nicht immer ist das Erstellen eines einem klar definierten Handbuch fest, damit nichts dem Zufall überlas- den angemessenen Glanz zurückzugeben. sen wird und die ganze schöne Arbeit möglichst lange ihre Wirkung entfalten kann.

zarten Signet-Pflänzchen oder fachmännisch gestutzten Logo-Wachs- neuen Markenzeichens aus dem "Nichts" die Kernaufgabe - manchmal tumswundern, damit später keiner sagen kann, er hätte davon nichts umssauch ein langsam gewachsener und vom Eigentümer liebevoll gegewusst. Dazu stellen wir für den langfristig sicheren Umgang mit Logo, pflegter Wildwuchs von Expertenhand wieder auf Vordermann gebracht Schriften, Bildern und Farben sinnvolle Regeln auf und halten diese in werden um dem Aus- und Ansehen des innehabenden Unternehmens





ANZEIGENKAMPAGNEN

Eine Anzeigenkampagne hat das Ziel, Konsumenten und Kunden auf eingesetzt werden? Wie lautet das Wording? Ideen, Effekte, zu machen. Gääähn... Klar ist das der Sinn einer Anzeigenkampagne. Leidenschaft setzen wir uns damit auseinander, was eigentlich mit so das sich sehen lassen kann, sind wir zufrieden. Und der Kunde auch. einer Kampagne erreicht werden soll. Welche stilistischen Mittel kön-

ein Unternehmen, ein Produkt oder eine Dienstleistung aufmerksam Bildredaktion, Wiedererkennung und der "Aha-Effekt" bilden dabei eine wesentliche Diskussionsgrundlage, auf der wir uns gern einmal Aber für uns - und unsere Kunden - bedeutet das viel mehr. Mit viel über's Normale hinaus austoben. Wenn dabei etwas herauskommt,

MAGAZIN

KUNDEN LIEBEN HOMESTORYS

Mark Twain sagte einmal: "Der Unterschied zwischen dem richtigen Wort und dem beinahe richtigen, ist derselbe Unterschied wie zwischen dem Blitz und einem Glühwürmchen."

Wir finden immer die richtigen Worte – besonders, wenn es um so etwas Handfestes und Nachhaltiges wie ein Magazin geht. Ein Magazin ist mehr als die Visitenkarte eines Unternehmens. Hier muss das geschriebene Wort halten, was es verspricht. Um dem noch Nachdruck zu verleihen, bedienen wir uns einem weiteren ausdrucksstarken Mittel: der Bildsprache. Denn manchmal sagen auch Bilder mehr als Worte...







STORYTELLING

BLEIBT IM KOPF UND TRIFFT DAS HERZ

bei Ihren Kunden Begeisterung, weckt Emotionen oder sorgt gar für ein sind bestenfalls zweitrangig – was bleibt ist das gute Gefühl. "Wir-Gefühl". Dann wird Ihre Botschaft ein Erfolg. Dabei lieben unsere

Gute Geschichten machen Marken, Produkte oder Unternehmen be- Geschichten es, Ihnen eine Bühne von der Drucksache bis zum Webkannt. Ob wir die Geschichte Ihres Unternehmens finden oder erfinden, auftritt zu geben. Damit können Sie die Zuhörer oder Leser mitnehmen spielt dabei keine Rolle. Wir können beides. Hauptsache, sie entfesselt und in die erzählte Geschichte einbinden. Preise und Produktdetails



UND ANDERE DRUCKSACHEN

Das geschriebene Wort hat auch - oder gerade - in einer modernen dabei keine Rolle. Und was wäre das geschriebene Wort ohne ein Bild Werbeagentur eine besondere Stellung. Es ist wie der Handschlag dazu? Worte und Bilder gehören zusammen wie Firma und Logo - mit zur Besiegelung eines Geschäfts: handfest, vertrauensvoll, unkompliziert, unumstößlich. Etwas Geschriebens ist also ein gutes, ganz klassisches Medium, seinen Kunden etwas mitzuteilen, das Bestand, ter Also: Drucksachen aller Art sind Sache von vB² hat. Ob es dabei ein Newsletter, eine Broschüre oder ein Flyer ist, spielt

dem Unterschied, dass in einem Newsletter oder Flyer Worte und Bilder auch mal ausgetauscht werden sollten. Sonst wäre es ja kein Newslet-

KATALOG "FORM FOLLOWS FUNCTION"

Es geht eben nicht alles online. Vielleicht um den Überblick zu be- mal den oben genannten Grundsatz in "function follows form" - soll sakommen. Aber um ihn zu bewahren, braucht es manchmal etwas Hand- gen, dass Gestaltung und Zweckerfüllung gleichermaßen Prio 1 haben. festes. Zum Beispiel in Form eines Kataloges. Hierbei ändern wir gern Zur besseren Übersicht.





KLIMASCHUTZ ÖKOLOGISCH WERTVOLL

"Ausgemacht? Gut gemacht!" Das ist simpel und nachhaltig. Manchmal themen gibt, die viele Unternehmen in ihren Betrieb implementieren. braucht es nicht mehr in der Werbung. Schon allein deshalb nicht, weil Da ist man gut beraten, in grün mehr als die Hoffnung zu sehen. es inzwischen einen Dschungel an Klimaschutzprojekten und Umwelt-

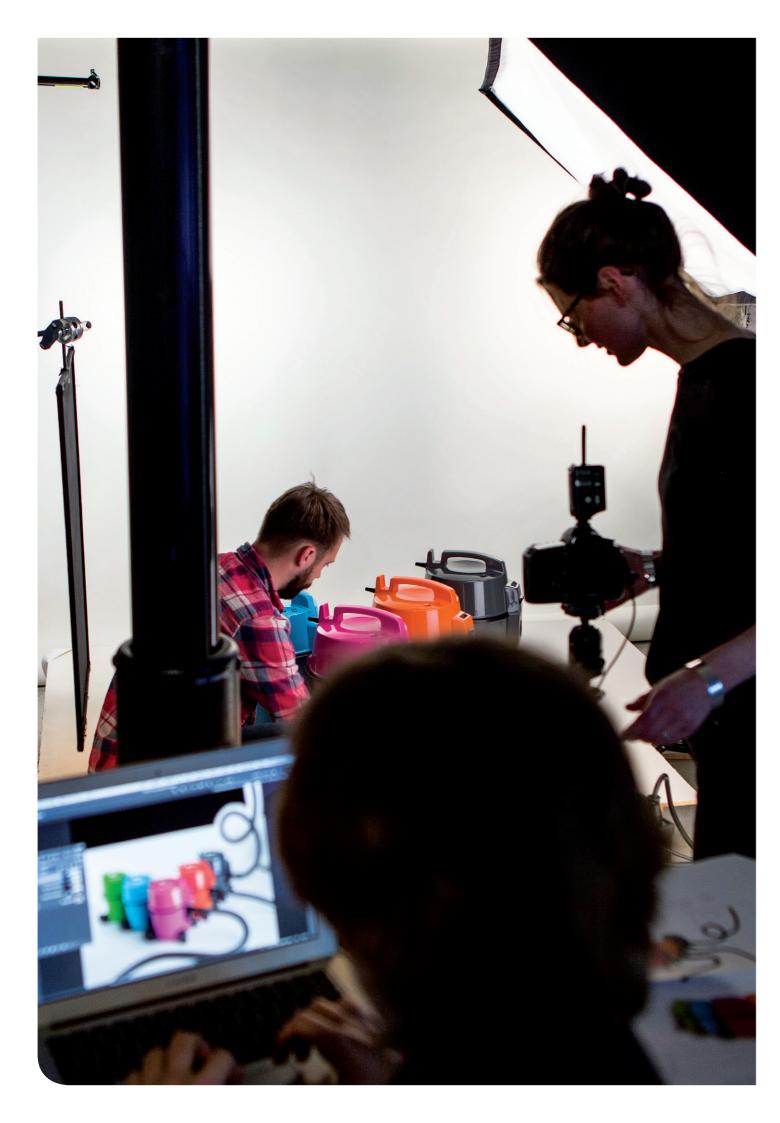
33 32

STADE STADE



VOM PRODUKT ZUM DESIGN

Das klingt nach einem Gestaltungsprozess. Ist es auch. Wenn ge- freien Lauf. Wir setzen Ihr Produkt in Szene und bestenfalls wird es ein wünscht, schauen wir die Produkte der Mitbewerber an, erstellen eine Regalhingucker. Auf jeden Fall maßgeschneidert, facettenreich und zeit-Marktanalyse, werten diese aus und lassen erst dann unserer Kreativität gemäß.



GROSSE SHOW AUCH FÜR KLEINE DETAILS

man gerade in diesem Business, wo die Grenze zwischen Kunst und duktkatalog oder Messestand muss der erste Eindruck der beste sein. Purismus fließend ist. Wir zählen hervorragende Foto-Profis zu unseren

Spot an und in Szene setzen! Und das natürlich gewusst wie. Die Produkt-Fotografie hat ganz eigene Regeln und Techniken, damit das perfekte Bild dabei herauskommt. Dass der Teufel im Detail steckt, erlebt seiten zu beleuchten. Am Ende zählt das Ergebnis: Im Online-Shop, Pro-

EMPFANGSBEREIT FÜR NEUE (WERBE)KANÄLE?

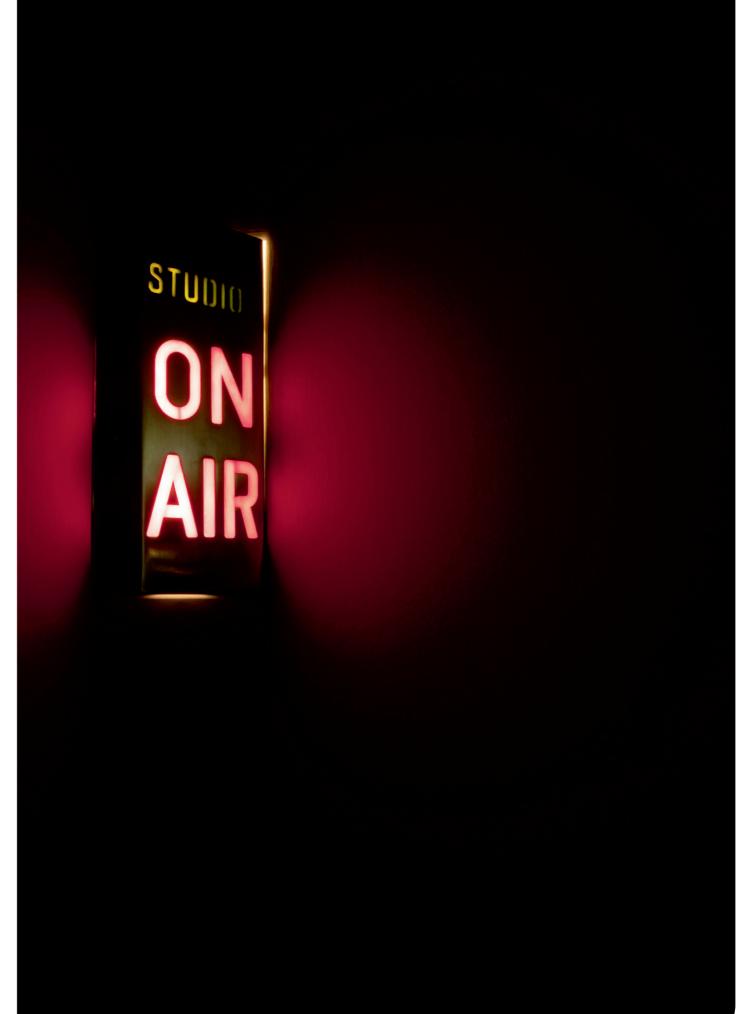
folgsversprechende Kooperationen eingegangen.

eignet, mit ihm Geomarketing zu betreiben. Hier befindet sich auch bung im Radio gehört haben... schon die Schnittmenge mit unserem Partner. Dort, wo die Regionalzeitung nicht mehr ausgetragen wird, der Kunde aber noch in Reich- und Es gibt also unendlich viele Möglichkeiten, zu welcher Zeit, in welcher jetzt auch in Hörweite ist, greift unsere Idee des auditiven Geomarke- der zahlreichen Frequenzreichweiten, wie oft, in welchem Zeitraum und tings als Bestandteil unseres Werbekonzeptes für unsere Kunden.

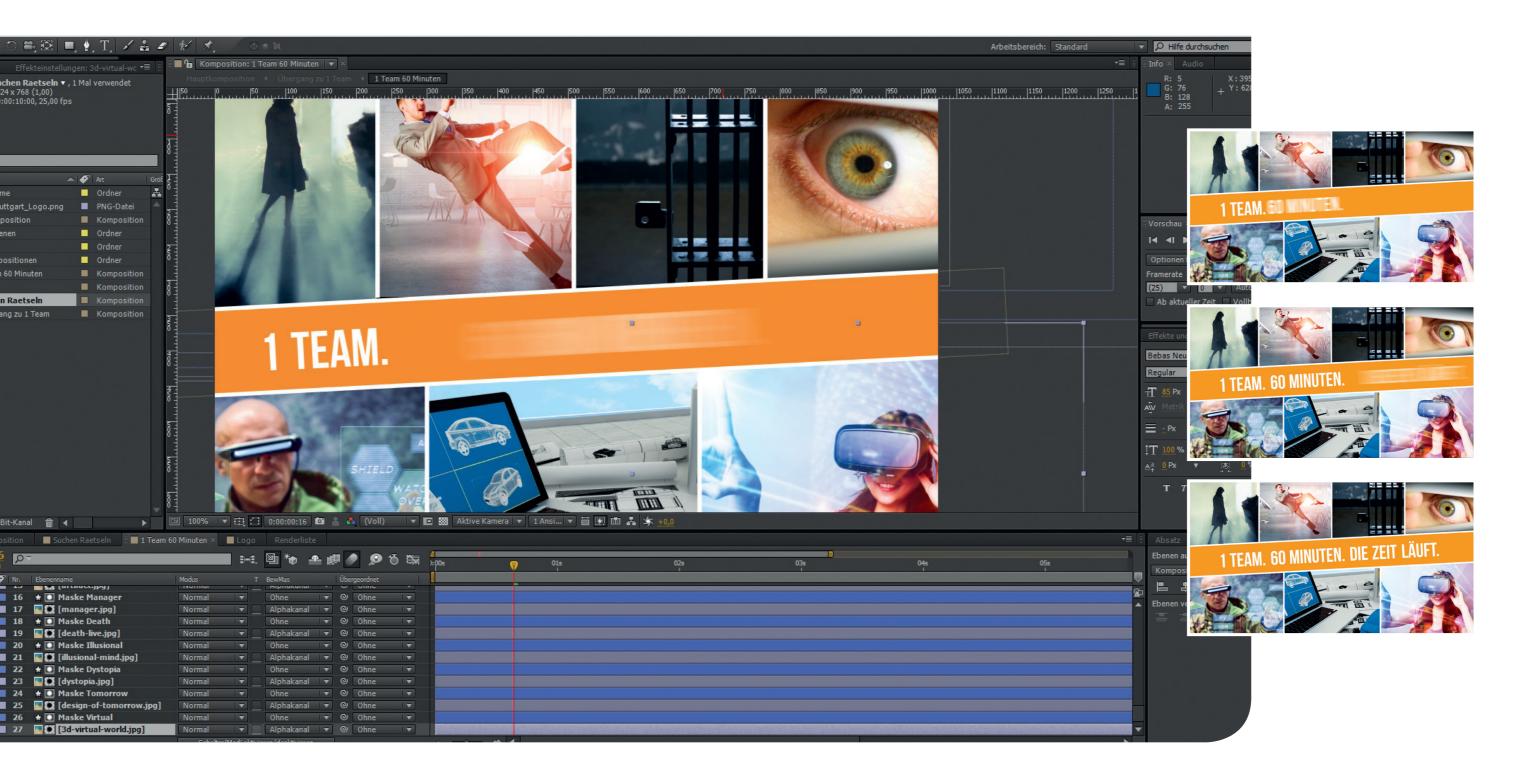
FFN, Radio HH, Antenne Niedersachsen oder Radio 21 sind wahre Fre- Hörer bevorzugt, ist bei unseren Radiosendern gut aufgehoben. Und da quenzwunder. In Niedersachsen und Bremen können über 30 Frequen- ja, wie oben erwähnt, gute Spots keine Frage des Geldes, sondern der zen eingeschaltet und individuell für Radiowerbung gebucht werden. Ideen sind, empfehlen wir uns an dieser Stelle für die guten Ideen.

Gute Spots sind keine Frage des Geldes, sondern der Ideen. Und des- So flexibel Hörfunkwerbung zu gestalten, bedeutet ein finanziell gerinhalb möchten wir unsere Kunden empfangsbereit für neue Kanäle ma- gerer Aufwand für eine passende Zielgruppe mit wenig Streuverlusten. chen: Radiowerbung. Dafür sind wir mit regionalen Privatsendern er- Außerdem werden Nischen, die wie weiße Flecken auf der Landkarte waren, garantiert geschlossen. Und wie messbar ist der Erfolg? Fragen Radio 21 beispielsweise ist preislich höchst attraktiv und durchaus ge- Sie doch Ihre Kunden einfach, woher sie kommen und ob sie die Wer-

wie lang der Spot sein soll. Wer eine höhere Reichweite und noch mehr



39



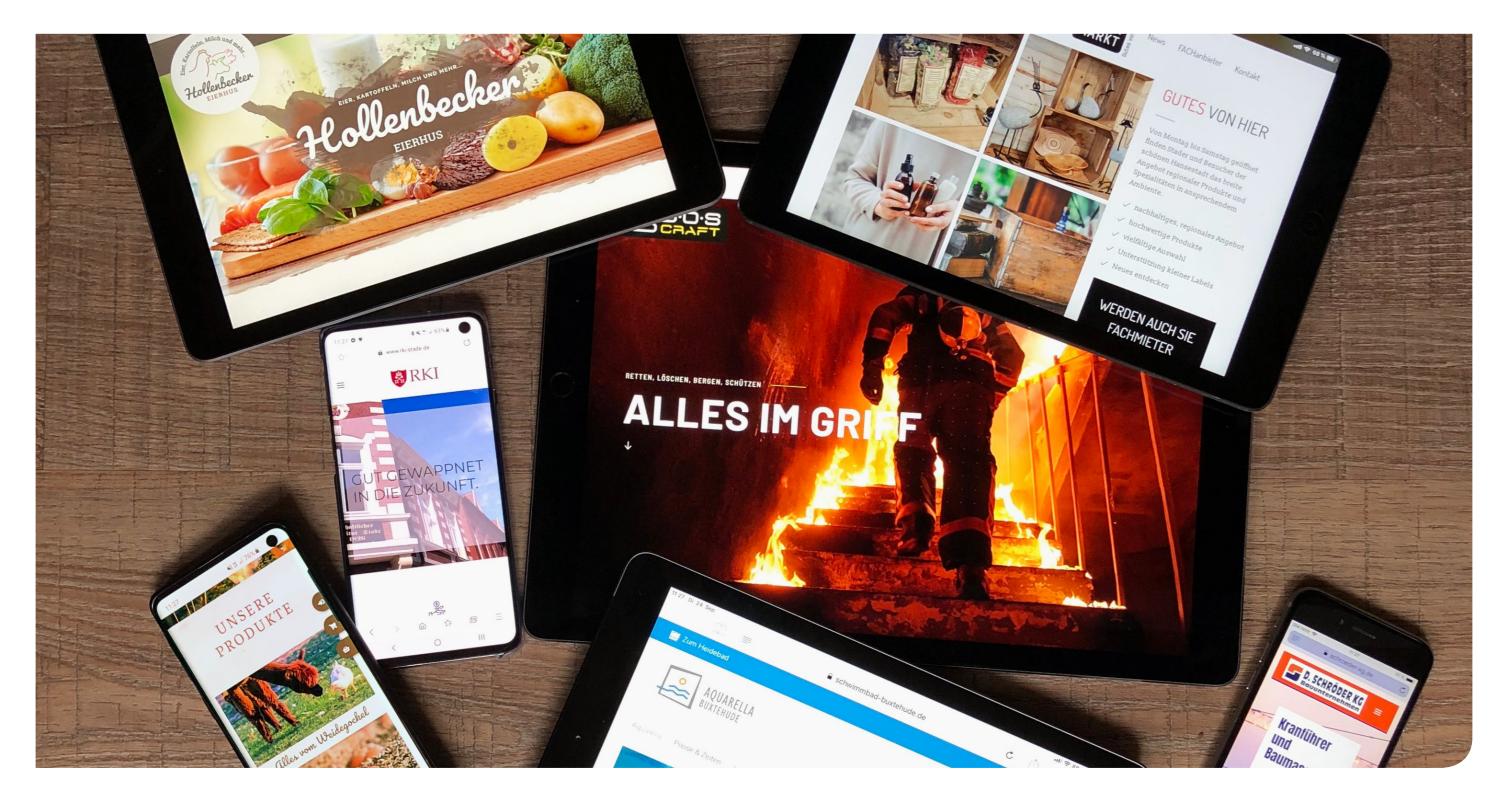
WERBEFILM

ECHT GROSSES (KOPF)KINO

Bewegte Bilder runden den Gesamtauftritt ab – ob als Imagefilm fürs Internet oder Intro für eine professionelle Präsentation. Ein Film macht Eindruck und bleibt im Kopf. Bild für Bild und Ton in Ton für bewegende Momente.

"DAS INTERNET
IST WIE EINE WELLE:
ENTWEDER MAN
LERNT AUF IHR ZU
SCHWIMMEN, ODER
MAN GEHT UNTER."

BILL GATES



ZUKUNFT WAR GESTERN

Mit diesem Bewusstsein starten wir ins tägliche Werbegeschäft. Da utauglich und mit einem Redaktionssystem ausgestattet, wo jeder der wegs sind und nur wenige wirklich wissen, wie Google & Co. funktio- E-Newsletter an die Kunden versenden, kinderleicht! nieren, helfen wir dabei, sich im "worldwide" Dschungel zurechtzufin- Und da die Website nicht nur Pflicht ist für jedes noch so kleine Unterden. Um dabei den Überblick nicht zu verlieren, schaffen wir mit allerlei nehmen, sondern sie zu finden auch, setzen wir uns mit den Gesetz-Hilfsmitteln Ordnung im Chaos...

visuell höchst ansprechend, benutzerfreundlich, natürlich smartphone- garantiert andere in Ihrer Nähe.

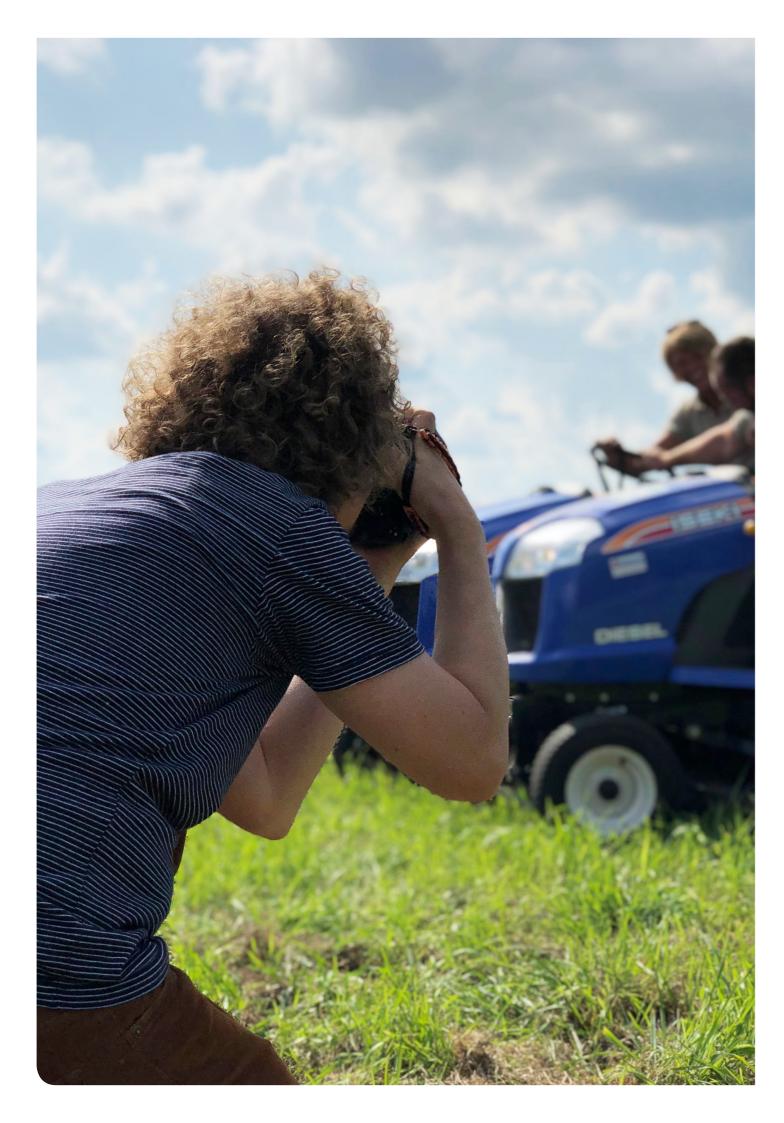
Internet ja inzwischen jeder hat und viele im Netz tagein tagaus unter- darf inhaltlich selbst Hand anlegen kann. Zum Beispiel mit einem Klick

mäßigkeiten, Algorithmen und sonstigen Tonalitäten des www ausein-Was dabei herauskommt, ist ein maßgeschneiderter Internetauftritt, ander. Denn wenn Google & Co. Ihren Webauftritt nicht findet, findet er



NEWS ALS E-LETTER

... mit dem E-Newsletter. Wenn Sie sich einmal für unsere alles in der Anwendung, zielgruppenoptimiert für den Kunden, flexikönnende CMS Plattform entschieden haben, befinden Sie sich im bel und selbstbestimmt einsetzbar. Ein echter Mehrwert für die-Land der unbegrenzten Möglichkeiten. Es stehen tausende Erwei- jenigen, die bereits negative Erfahrungen mit Streuverlusten, terungen zur Verfügung, um damit fast jede erdenkliche Funktion nervigen Spams und unkontrollierter Werbung gemacht haben. nachzurüsten. Eine davon ist die "Newsletter-Funktion" - kinderleicht



DAS VB2-NETZWERK

WISSEN WER'S MACHT

Der Name ist Programm. Wir nehmen uns beim Wort. Als Full-Ser- Bewegt oder klassisch - mit viel Ausdruck und Einfühlungsvermötäglichen Agenda stehen. Zum Beispiel Film & Fotografie. Wir bieten puncto "Künstler & Events" können wir unseren Partnern dank jahrelanbeides an und arbeiten mit den Besten dieser Branche zusammen, de- ger Erfahrung vertrauen. Unser Pool an Netzwerkern bildet eine Wertren tägliches Brot die Arbeit mit Bildern ist.

vice-Agentur haben wir auch Leistungen im Portfolio, die nicht auf der gen. Das, was dabei herauskommt, kann sich sehen lassen. Auch in schöpfungskette, die das Portfolio von vB² ergänzend bereichert.



"ALL BUSINESS IS PERSONAL"

Botschafter der eigenen Firma wahrgenommen werden ist es doch naterstreicht und die Mannschaft zusammenhält. heliegend, diese auch perfekt in Szene zu setzen meinen wir. So kann es

Diese einfache Formel gilt als einer der wichtigsten Grundsätze des an- schon mal vorkommen, dass der Fotograf den Superhelden im Gärtner gewandten Marketings vor allem inhabergeführter Unternehmen in Fa- oder einen verborgenen Ghostbuster beim Laubbläser ans Licht lockt. milienhand. Und weil neben den Inhabern besonders die Mitarbeiter als Warum? Weil er's kann und weil es allen Spaß macht, Einzigartigkeit un-



EXPERTENVISSEN

MIT INDIVIDUELLER BERATUNG AUF ERFOLGSKURS

zuwägen – möglichst frei von Zwängen alter Verbindlichkeiten oder an der Seite des Unternehmens zu agieren.

Zielgerichtetes Marketing ist mehr als Zeitungs-Anzeige und Web- eingefahrener Werbemittel und offen auch für digitales Marketing wie site. Wir kennen die Märkte, hören genau zu und entwickeln Bera- Social-Media-Kampagnen oder erweiterte Inhalte auf der eigenen tungsstrategien für wirtschaftliches Wachstum – anschließende Um- Website. Um speziell KMUs bei der Ausarbeitung von digitalen Kamsetzung in Print, Web und Shop inklusive. Ganz gleich auf welcher pagnen zu unterstützen hat das BMWi beispielsweise das Programm Ebene die Beratung anschließend einsetzt, diese richtet sich stets go-digital ins Leben gerufen. Hier kann Boris Bünning als gelistete auf die Unternehmensziele des Auftraggebers aus um einen nach- Berater bis zu 50% Fördermittel einwerben um bei der Planung haltigen Erfolg aus der resultierenden Marketingstrategie abzuleiten. und neu sogar einer Umsetzung samt des sogenannten Contents Dabei sind sämtliche Kommunikationsmaßnahmen je nach Zielgrup- wie Texten, Bildern, virtuellen Rundgängen und SEO - von Onlinepe des Unternehmens zu berücksichtigen und gegeneinander ab- Auftritt, Webshop oder internen, digitalisierten Geschäftsprozessen



TUE GUTES UND REDE DARÜBER

Manchmal reden wir etwas lauter, beispielsweise wenn wir unseren bekommen. Andere Projekte unterstützen wir hingegen eher für uns möglichst viele begeisterte Zuschauer erreicht und die Bundesliga- in jedem Fall selbstverständlich. Handballdamen des BSV die notwendige Substanz für viele Tore

Beitrag dazu leisten, dass Kulturangebote wie das Hanse-Song- und das gute Gefühlt etwas getan zu haben. Das wir einen Teil des Festival oder das MAMF überhaupt auf die Beine gestellt werden Geldes, welches wir im Vertrauen auf unsere Arbeit von unseren Aufoder durch unser Zutun die Landkreisweite Oldtime-Rallye des CCN traggebern erhalten wieder in verschiedene Projekte investieren ist



VIRTSCHAFTLICHES

FRISCHES DESIGN HAT IMMER SAISON

Vom Feld direkt zum Kunden - einkaufen im Hofladen macht einfach oder Kartoffeletiketten - die Vielfalt ist groß und macht Appetit auf nehmen wir ihm die Vermarktung ab. Ob Milchtankstelle, Spargelpost braucher, für den Regionalität heute zum modernen Lifestyle gehört.

Spaß. Und damit der Landwirt seine Gummistiefel anbehalten kann, mehr. "Aus der Region für die Region" ist ein Versprechen an den Ver-



















Wussten Sie, dass...?

... das Pixibuch aus dem Carlsen-Verlag das erfolgreichste Bilderund jährlich werden 13 Mio Exemplare verkauft - wow!

mit Lindo von Lindemann" und – gerade in Arbeit – "Ein Tag im Mode-Geschichten, aber alle lebhaft, witzig und interessant erzählt.

Denn Kinder sind nicht mehr nur Kinder, sie sind auch: Konsumenten, der Kunde von Morgen, Imagebotschafter und immer öfter auch Mitentbuch aller Zeiten ist? Seit 1954 gibt es dieses kleine Quadrat schon scheider! Wir wollen ihre Gehirne nicht mit Informationen vollschreiben, als seien sie leere Festplatten. Wir wollen über sie die Eltern als unsere vitamin B² hat damit begonnen, die derzeit 1.700 Titel um weitere zu Zielgruppe erreichen – und das mit einem – wie wir finden – charmanten ergänzen: "Bei uns im Dorf gibt es einen Spargelhof", "Bauen erleben Medium. Oder was spricht in einer Zeit der andauernden Medienimpulse gegen ein handfestes Buch mit einer schönen Geschichte und einer haus mit Mohritz". Unterschiedliche Themenwelten mit immer anderen sympathischen Hauptfigur, garniert mit allgemeinbildendem Kinderwissen und einer Portion Humor?

"KINDER SIND KEINE FÄSSER, DIE GEFÜLLT HT WERDEN

BIBLIOTHEKSMARKETING

Wenn das Buch nicht zum Kind kommt, muss das Kind eben zum Buch Gemälde direkt ins Ostfriesland des 15. Jahrhundert und begegnen Bibliothek und nimmt die Kinder mit auf eine Reise durch die Welt Heimatunterricht in den Schulen. der Bücher, Spiele und CDs. Einen ganz anderen Ansatz verfolgt Das obige Zitat von Michael Montaigne ist dabei für uns ein kluger die spannend historische Buchreihe der Lesepiraten in Leer – die Impuls bei der Gestaltung von Medien rund um unsere Kids. Für Eltern Spielkameraden Frauke und Focko purzeln durch ein historisches und Kinder gleichermaßen spannend und anspruchsvoll.

kommen. Und damit das auch klappt, entwickeln wir mit verschiedenen dem Häuptling Focko Ukena, der in Leer eine Burg gebaut hatte. Die Bibliotheken individuelle Konzepte, denen junge Leser gerne folgen. Festung soll beim Borromäus-Hospital gestanden haben. Von ihr ist So lockt in Buxtehude das berühmte Kälbchen - übrigens auch als aber heute nichts mehr zu sehen. Sie wurde von Ukenas Freunden renommierter Kinderbuchpreis - mit lehrreichen Spielen, spannen- dem Erdboden gleichgemacht. Haben Sie schon Bilder im Kopf? Die den Geschichten und Erstleser-Geschenken zum Abholen in seine Kinder in Leer ganz sicher, denn die Bücher bereichern sogar den





DRUCKSACHEN - FORMAT BEKENNEN

nahezu jede Drucksache realisieren: Zum bestmöglichen Preis und form, die es nicht gibt. Versprochen. Ach ja, vor XXL-Formaten machen in Premiumqualität. Welche Veredelung darf's denn sein? Wir sagen wir uns auch nicht klein. Ihnen, was am besten aussieht: Dispersionslack, Heißfolienprägung,

Dank unseres Fundus an hochspezialisierten Partnern können wir UV-Lack, Folienkaschierung oder oder ... Und es gibt keine Stanz-



IMPRESSUM

vitamin B^2 Konzept- und Werbeagentur

Inhaber Boris Bünning
Flutstraße 1, 21682 Stade
E-Mail media@vitamin-b2.com
Telefon 04141 / 67 07 09
Web www.vitamin-b2.com

Redaktion: vB^2 , denn wir **wissen wer's macht**

Gestaltung: Na wir, keine Frage...

Fotos: D. Machlitt, F. Rechtmann, S. Rewert-Strasser, M. Gehring, S. Trochelmann,

J. Hannewald, S. Herrmann und auch vB^2 kann sowas

Verantwortlich: Ist hier jeder, denn wir sind ein eingespieltes Team

Verlag: Verlegt wird nix, wir halten Ordnung

Druck: Wurde keiner ausgeübt Auflage: Wir sind immer gut aufgelegt

Bezugspreis: Für Kunden umsonst, aber eigentlich unbezahlbar

Stand der Information: 09/2019

Wer Grammtik- und Druckfeler findet, darf sie behalten.