



EINZIGWARE®

KONZEPT

Pilot ProDonna®

„Irgendwann knallt's“

ZIEL DER PRÄSENTATION

- Stellvertretend anhand eines Betriebes Möglichkeiten des Marketing aufzeigen.
- Wie läuft's, woran hakt's bei anderen?
- Wie erstelle ich ein Konzept für meinen Betrieb?



INHALT DER PRÄSENTATION

- Jetzige Situation – Wie sieht es bei ProDonna® und EiNZIGWARE® aus?
- Was sind die Stärken und Schwächen?
- Was sind die Risiken und Chancen?
- Ziele von ProDonna® /EiNZIGWARE®?
- Zielgruppen
- Botschaft
- Maßnahmen
Kunden/Presse/Kooperationspartner/Social Media



JETZIGE SITUATION – WIE SIEHT'S AUS?

EINZIGWARE®

- Herstellung von Unikaten (Kaffeesack/Jeans/Leder) von 60-120 Euro
- 1 Schneidermeisterin, 2 Teilzeit Mitarbeiterinnen, 2 Auszubildende, 10-12 Teilnehmer, 2 Ehrenamtliche
- 1-2 Aktionen im Jahr (Modenschau)
- Über Internetseite noch nichts verkauft
- Verkauf meistens über private Kontakte
- Im Ladenlokal anderes Klientel. Taschen passen nicht ins Ambiente
- EiNZIGWARE® nicht vor Ort bekannt. Auch im Ladenlokal nicht zu sehen. ProDonna® ist jedoch ein Begriff
- Schneiderei begrenzt bekannt (direkt daneben, aber schwer zu erkennen)
- Öffentlichkeitsarbeit über Frau Domasik



Stärken

- Textilien meist kostenlos durch Spenden (keine Kosten)
- Flexibilität in Auftragsannahme
- Meisterbetrieb
- Artikel sind einzigartig
- Upcycling ist IN
- Sozial steht jedem
- ProDonna® ist ein Begriff

Schwächen

- Artikel nicht platzierbar
- Ladenkundschaft keine Kunden für EiNZIGWARE® – Preissegmente zu weit auseinander
- Artikel nicht auf Vorrat
- EiNZIGWARE® ist kein Begriff
- Artikel relativ teuer
- Wenig Kooperationen
- Noch nichts auf Internetseite verkauft
- Keine Zeit für Akquise von Kooperationen
- Jeder EiNZIGWARE® Betrieb macht sein eigenes Ding
- Teilnehmer nicht verlässlich
- Bei Online-Verkauf Unsicherheit in Abwicklung
- Keine Laufkundschaft
- Zeit für Vermarktung fehlt
- Keine Social Media Erfahrung
- Internetseite für Kunden und Akteure zu kompliziert



Chancen

- Bundesweites Netzwerk
- „zusammen stark“
- Neue Kunden generieren
- Soziale Themen wie upcycling und Arbeitslose nutzen
- Mit EiNZIGWARE® Gesicht zeigen, Warenmeister nach vorne bringen
- Preis lässt sich begründen. Charity hervorheben
- Bekanntheitsgrad von ProDonna® nutzen
- Wer hat schon etwas einzig Wahres? Einzelstück-Garantie
- Über EiNZIGWARE® auf die Situation LZA aufmerksam machen

Risiken

- Vorfinanzierung
Kostenapparat
- Teilnehmer springen
ab



ZIELE

EiNZIGWARE®

Schaffung von Arbeitsplätzen

Soziale, kreative Teilnahme

Upcycling

Trägerübergreifende Zusammenarbeit

Neue Zielgruppe gewinnen

Umsätze generieren

Bekanntheit von EiNZIGWARE steigern

Aufmerksamkeit auf LZA richten

Zeigen: „Wir können auch anders“



ZIELGRUPPEN



BOTSCHAFT



EiNZIGWARE®

- Ressourcen schonen, Menschen fördern
- EiNZIGWARE® gibt „Gegenständen neues Leben“ und „Menschen neue Chancen“.



MAßNAHMEN



DIREKTE MAßNAHMEN

- Internetseite ist vereinfacht. Keine Hashtags, keine Verlinkung zu Instagram, alle Infos abrufbar auf eigener Seite
- Einstellen der Fotos und Infos wird für jeden übernommen
- Facebook wird übernommen. Zielgerichtete einheitliche Ansprache



MAßNAHMEN EXTERNE KOMMUNIKATION



Zielgruppe Kunden

- Citycards
- Stroer Freiflächen
- Aufkleber für die Schaufenster
- Spender ansprechen
- Auf Carikauf werben (Caritas-Marktplatz)
- Eigene Mitarbeiter zu Kunden machen (Tombola, Weihnachtsgeschenke)
- Auf Stadtfesten/Flohmärkten/Weihnachtsmärkten Präsenz zeigen
- Tag der offenen Tür/Blick hinter die Kulissen,
- Aufruf zu Upcycling-Spenden
- Dawanda, ebay-Kleinanzeigen

Preis des Artikels	Reguläre Angebotsgebühr je verf. Artikel	Laufzeit	Kategorien
0,10 - 10,00 €	0,10 €	120 Tage	alle
10,01 - 20,00 €	0,20 €		
>= 20,01 €	0,30 €		

Plus 9,5 Prozent
des
Verkaufspreises



Dawanda

- Guerilla-Marketing



Guerilla-Marketing (innovativ, kreativ, preisgünstig)



○ Stroer:

STROER direkt

IHRE VORTEILE WERBEMEDIEN PLANEN & BUCHEN GESTALTEN HILFE & KONTAKT MERKZETTEL (0)

Langenfeld ändern zurücksetzen **Karte öffnen**

Jetzt Plakate ONLINE BUCHEN!

STROER.direkt: Plakatwerbung in Ihrer Stadt buchen.

Buchen Sie lokale Außenwerbung in wenigen Schritten online: Standort und Werbezeitraum festlegen, passenden Werbeträger auswählen – fertig.

Jetzt Plakate online buchen >>

STROER direkt

IHRE VORTEILE WERBEMEDIEN PLANEN & BUCHEN GESTALTEN HILFE & KONTAKT

Langenfeld ändern zurücksetzen

Kartenassistent

So funktioniert die Karte

STANDORT

WERBEZIELE

WERBEMEDIEN

- City Star (25)
- City-Light-Poster (81)
- Ganzsäule (12)
- Großfläche (237)**
- Großruhr (6)

INFO: Die Medien Allgemeinstraße/Litfaßsäule, City-Light-Poster, City-Light-Säule und Mega-Light hier werden in Hessen vermarktet. Ausnahme: Dauer- und Hinweiswerbung.

Langenfeld (Inland)

Großfläche SDASH: 1350200034752-01
LANGFORTER STR 75/STADTBAD

Tagespreis: **8,15 EUR**
Mini-Belegungszeit: 10,00 Tage

Kampagnenpreis: **85,58 EUR**
(Preis für mind. Belegungszeit)

Auf den Merkzettel

[Zur Produktdetailseite](#)

Kartendaten © 2016 GeoBain-DE/BDG (©2009), Geo



Zielgruppe Presse

- Menschengeschichten erzählen. WIR sind EiNZIGWARE® . Exklusives Gespräch mit Warenmeister.
- Pressegespräch: Was ist EiNZIGWARE® ? Warum Upcycling? Reportage über das Herstellen eines Unikats zusammen mit Journalist.
- Positive Berichterstattung („Frau XY hat es geschafft. Nachdem Sie zunächst Teilnehmerin bei uns war, macht sie nun ihre Ausbildung – Warum EiNZIGWARE® für sie so wichtig war... „)
- Presseeinladung zu Events
- Lokale Online-Portale
- Welttage nutzen (20.2. Welttag der sozialen Gerechtigkeit, 5. Juni Weltumweltag ...)



Zielgruppe Kooperationspartner

- Mit Schulen/Unis zusammen arbeiten. Designwettbewerb ausrufen. Das Gewinnermotiv kommt auf die neue Tasche (Eine Schulklasse darf ein Möbelstück gestalten, das versteigert wird, Studenten cyclen Unikate mit Warenmeistern ab)
- Praktikanten/Studenten einbinden (Produktentwicklung, Marktanalyse) Vorteil: Arbeitskraft und junge, innovative Sicht.
- FSJler einbinden – Abmachung mit Geschäftsführung für bestimmten Stundensatz.
- Welches Geschäft arbeitet mit uns zusammen/stellt Ausstellungsfläche zur Verfügung. An einem Samstag in der Langenfelder Galerie präsentieren.
- Stadt auf Leerstände ansprechen – EiNZIGWARE® statt Leerstand!
- Gemeinsam arbeiten. Alle anderen Betriebe sind ebenfalls Kooperationspartner. Findet sich ein Produkt, was gemeinsam produziert werden kann? (Einer stellt Schnitt zur Verfügung, andere produzieren ebenfalls.) Verkauf von Produkten anderer Betriebe.
- Promis einbinden (Menderez, Cora Schumacher)



ZIELGRUPPE SOCIAL MEDIA

EINZIGWARE®

- Posts setzen/oder setzen lassen
- Neue Unikate?
- Geschichte eines Warenmeisters?
- Neuer Teilnehmer?
- Einladung Aktion/Veranstaltung?
- Facebook-Anzeigen schalten
- Freunde einladen
- Selbst gefällt mir klicken



MAßNAHMEN

INTERNE KOMMUNIKATION

EiNZIGWARE®

- Geschäftsführung einbinden. Einladen und über den neusten Stand/Vorhaben berichten. Absprache DCV mit Ortsebene – was wollen wir mit EiNZIGWARE®?
- Im Jahresbericht Artikel platzieren
- Interne Newsletter nutzen
- Eigene Mitarbeiter zu Kunden machen (Tombola, Weihnachtsgeschenke)
- Auf eigener Internetseite werben. Und zwar vorne drauf! Bis jetzt zu finden unter Hilfe und Beratung – Beschäftigung und Qualifizierung
- Caritas in NRW
- Bei Teilnehmern Identifikation schaffen. Ihre Geschichte erzählen lassen
- Shirts: Ich bin ein Warenmeister
- Zu Veranstaltungen einladen –als Künstler vorstellen



EiNZIGWARE-KOOPERATIONEN

- Kooperationen unter EiNZIGWARE® - Teilnehmern. Wie könnte mehr Kommunikation stattfinden?
- Ein gemeinsames EiNZIGWARE® Unikat entwerfen.
- Schnitte und sonstige Ideen zur Verfügung stellen.
- „Gefällt mir“ klicken



A close-up photograph of a person with long blonde hair, wearing a blue denim jacket, looking down at a smartphone. The phone screen shows a white background with a black line. Large, white, distressed-style text is overlaid on the image, reading "WIR SIND DAS EINZIGWAHRE!".

WIR SIND DAS
EINZIGWAHRE!



WER IST WIR?

- Dorothea Domasik
- Alexandra Corak
- Gabriele Eckert
- Claudia Elschenbroich
- Heiko Renner
- Michael Rinnagl
- Reiner Sans Reiner
- Christine Schopp
- Petra Spöck
- Bettina Stotko
- Alle anderen 23 Betriebe
- Alle Warenmeister



VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT.

Jetzt Sie

*Was habe ich nicht verstanden?
Wozu brauche ich nähere Infos?
Was trifft so nicht auf uns zu?
Wo brauche ich weitere Hilfe?*

