



Werbemittelkampagne Kandidaten-Portfolio

KT2018 | #WI2018

KAMPAGNENTEAM #WI2018

STRUKTUR

- ✓ AG der FDP Unterfranken ⇒ tätig im Auftrag des BV Unterfranken, offen für Unterstützung anderer Gliederungen
- ✓ zuständig für Erstellung und Beschaffung von Kampagnenmitteln, nicht für gesamte Wahlkampagne
- ✓ Initiiert zur Unterstützung der KVs und Kandidaten für 2018 durch den BV Unterfranken (analog 2017)

ZIELSETZUNG

- ✓ Umsetzung Aufgabe BV (analog 2017)
- ✓ Nutzung der Erfahrung aus 2017, vermeiden bekannte Fehler
- ✓ Optimierung von Aufwand, Vorlauf, Bearbeitungszeiten, Fristen
- ✓ Koordination und Unterstützung der Kandidaten/KVs
- ✓ Zusammenführung von Fachkompetenzen in Unterfranken
- ✓ Vermeidung doppelter/paralleler Tätigkeiten
- ✓ Faire Begrenzung ehrenamtlicher Tätigkeit

VORGEHENSWEISE

- ✓ Definition Konzept | Leistungen (analog 2017)
- ✓ zusätzlich mit optionalen Leistungsbausteinen
- ✓ Grundleistungen für BV bzw. eigenem KV frei (ehrenamtliche Leistungen)
- ✓ weitergehende Leistungen bzw außerhalb BV/eigene KVs kostenbehaftet
- ✓ Gliederung | Kandidat bestimmen selbst frei über Nutzung des Angebots
- ✓ keine Durchführung kostenbehafteter Leistungen ohne Auftrag | Beschluß

TEAM

- ✓ GRAULICH, MARCO WÜ-S Leitung
- ✓ BRUDER, MAX AB-L
- ✓ BOHN, MARKUS AB-L
- ✓ JANNEK, WERNER MSP
- ✓ KLOOS, KONSTANTIN WÜ-S
- ✓ KRÜGER ROBERT WÜ-S
- ✓ KUHL, FLORIAN WÜ-L

ANGEBOTS-PORTFOLIO

Print

Layout im Kampagnenstil Hessen

- Plakate
- Flyer (A6, Faltflyer, Sonderformate)
- Visitenkarten
- Bauzäune
- Sonstige Produkte (Beach Flag, Rollups, etc.)

Zusatzdienstleistungen:

- Recherche/Einkauf/ Durchführung der Druckaufträge
- ggf. Durchführung von Sammelbestellungen (ggf. zzgl. sonstiger Artikel wie Plakatständer, Giveaways, etc.)

Social Media

Design im Kampagnenstil Hessen

- „Kacheln“/Banner
- Textvideos/Animationen
- Videospots

Zusatzdienstleistungen:

- Recherche/Einkauf/ Durchführung der Social-Media-Werbekampagnen

Web

Design im Kampagnenstil Hessen

- Erstellung Kandidatenwebseite, inklusive vernetzter News, Termine (*iTrack*)
- Anmeldung bei Portalen (Abgeordnetenwatch, Wikipedia, Google, Bing, etc.)

Zusatzdienstleistungen

- Domains, eMail, WebHosting
- SEO-Analyse und -optimierung
- Anmeldung bei Suchmaschinen (etwa 30-40)
- Optimierung der Webseitendarstellungen auf Suchportalen (Google, Bing)

Dienstleistungen

- Fotoshooting inkl. Briefing
- Videoshooting
- Bildbearbeitung professionell
- professionelles Texten

Zusatzdienstleistungen

- Headlines, Copies, Reden

ANGEBOTS-PORTFOLIO INTERNET

Website | Fan-Page | SM-Kacheln

Variante 1:

- ♣ OnePager (1 Seite) im Kampagnenlayout der FDP
(<https://www.fischer2018.de/>)
unter vorname-nachname.fdp2018.de
- ♣ Inhalte per vordefinierte Bereiche
(Über mich, Themen, Aktuelles, Werdegang, Kontakt)
- ♣ kleinere Änderungen zeitnah über Änderungsservice (kein BackEnd-Zugriff)
- ♣ **Lieferung durch Kandidat:** Kurzlebenslauf, Text zu seinen Themen, Werdegang und Kontaktdaten, sowie geeignete Bilder für Banner und Portrait
- ♣ eigener *iTrack*-Zugang,
über *iTrack* Vernetzung von Terminen und News mit BV, KV etc. möglich
(Details siehe später)
- ♣ **fertige Erstellung** des OnePagers mit Inhalten des Kandidaten
- ♣ Nutzung bis Ende Oktober 2018 (Verlängerungsmöglich)
- ♣ Kosten für Einrichtung und Nutzung: **69€ einmalig**

Optional:

- ♣ eigene Domain

Variante 2:

- ♣ eigenes WebHosting vorhanden oder neues WebHosting bestellen (siehe Optionen)
- ♣ freie Wahl des Templates (z.B. **OnePager im Kampagnenlayout der FDP**,
(<https://www.fischer2018.de/>))
- ♣ Grund installation/-einrichtung von WordPress
- ♣ Grundeinrichtung Menü, Seiten, Inhalte
(z.B. für den OnePager oder Anz. Seiten nach Bedarf, bis drei Stunden)
- ♣ eigener WordPress-Zugang (Vollzugriff auf BackEnd)
- ♣ eigener *iTrack*-Zugang,
über *iTrack* Vernetzung von Terminen und News mit BV, KV etc. möglich
(Details siehe später)
- ♣ Nutzungsdauer unbeschränkt
- ♣ Kosten für Einrichtung und Nutzung (ohne WebHosting): **169€ einmalig**

Optional:

- ♣ eigene WebSite auf eigenem WebHosting-Paket
(inkl. Domain, Mail, DB etc., 6,50€/Monat)
- ♣ zusätzliche Einrichtung Menüstruktur, Unterseiten, Inhalte
(z.B. für den OnePager)

Die erleichterte Verwaltung von Inhalten

Worum geht's?

iTrack ist ein System zur Verwaltung und zum Austausch von Inhalten für Webseiten. Die Inhalte sind u.a. Termine, Nachrichten wie Pressemitteilungen, Anträge und Beschlüsse oder Reden. Ferner auch Kandidaten, Mandatsträger und Kontakte.

Die Verwaltung erfolgt zentral auf einer eigenen Oberfläche. Technisches Wissen ist dafür nicht nötig. Die Ausgabe erfolgt auf einer oder mehreren Webseiten automatisiert in Echtzeit, kann dort an beliebigen Stellen platziert und in fast alle vorhandenen Systeme integriert werden.

Ziel ist es, alle angeschlossenen Webseiten mit geringem Aufwand aktuell zu halten.

Verteilung

Die Verteilung folgt der Gliederungsstruktur der FDP und berücksichtigt Hierarchien und Nachbarschaften.

Legt z.B. der Kreisverband Vogelsberg in *iTrack* den Termin für ein Sommerfest an, wird dieser automatisch in Echtzeit auf dessen eigener Homepage angezeigt und genauso bspw. auch auf der Website des Ortsverbands Lauterbach, wenn beide *iTrack* nutzen.

Erstellt eine Untergliederung (bspw. Lauterbach) einen besonders wichtigen Inhalt oder einen Inhalt mit überörtlicher Bedeutung, kann dieser umgekehrt auch auf der Seite des KV Vogelsberg ausgegeben werden. Die gleiche Regelung kann auf benachbarte Gliederungen (z.B. JuLis) angewandt werden.

Wenn Sie es erlauben, haben Sie so auf Ihrer Webseite nicht nur eigene Einträge, sondern ohne eigenes Zutun auch alle aktuellen aus Ihrem Umfeld. Eine Erleichterung gerade auch für strukturschwache Gliederungen.

Nachhaltigkeit

iTrack gibt es schon seit 2000. So haben sich über die Jahre durch die Gliederungen eine fünfstellige Zahl an Einträgen angesammelt. Durch die separate Speicherung und Sicherung stehen den Gliederungen diese Inhalte bei Bedarf daher immer noch zur Verfügung – auch wenn die alte Webseite schon gar nicht mehr existiert. Und bei einem Relaunch haben Sie so im Handumdrehen aktuelle Inhalte auf Ihrer Webseite.

Kandidaten und Mandatsträger

In *iTrack* können neben Gliederungen auch Personen angelegt werden. So können bei einer Wahl alle Kandidaten und ihre Kampagnendaten zentral erfasst und auf den entsprechenden Webseiten ausgegeben werden, bspw. als Gesamtliste oder auch nur diejenigen Kandidaten aus der eigenen Gliederung. Ein Klick auf einen Eintrag führt dann auf eine Kandidatenseite mit Bild und Details. So brauchen Informationen und Bilder der Kandidaten nur einmal zentral gepflegt werden und sind auf allen angeschlossenen Webseiten immer sofort aktuell.

Mit der Mandatsträgerfunktion können Abgeordnete eigene Inhalte auch auf anderen Webseiten verteilen. Ein Kreisrat im Landkreis Vogelsberg kann so seine persönlichen Termine und Pressemitteilungen nicht nur auf der Seite des Kreises anzeigen lassen, sondern, falls gewünscht, auch auf der Webseite eines Ortsverbandes über seine Arbeit informieren.

Ausgabe und Filter

Generell werden Inhalte in *iTrack* nach Typ und Thema klassifiziert. Zum Beispiel könnte eine Nachricht eingestuft werden als Pressemitteilung zum Thema Umwelt. Dies bietet die Möglichkeit, die Ausgabe auf speziellen Seiten nach diesen Kriterien zu filtern, z.B. also alle Wahlkampftermine auf einer Wahlkampfseite auszugeben oder Anträge speziell an den Kreistag separat darstellen.

Ein konkreter Inhalt kann immer gezielt einzeln ausgegeben werden. Viel mächtiger ist aber die Funktion, dies über dynamischen Listen vorzunehmen, wo dann der Klick auf einen Eintrag zum eigentlichen Inhalt führt.

Hierbei kann man einstellen, ob komplett alle Einträge mit den passenden Kriterien ausgegeben werden, oder vll. nur die drei aktuellsten, z.B. für die Startseite.

ANGEBOT WEB

BEISPIELE KAMPAGNENLAYOUT



ÜBER MICH

Lebensphilosophie und Werte
Engagement für Bildung und Chancengerechtigkeit von der Kita bis zur
Hochschule

KURZLEBENS-LAUF

Lebensevents und Lebensstationen in Wort und Bild nach dem Motto: von
Kindheit bis zur Lebensstation nach Hamburg. Mit einem Foto und einem
Text, der die Stationen von 1970 bis 2020 in Wort und Bild zeigt, an einer
Zeitleiste der Lebensstationen. Seit 2020: Lebensstation der Kita bis zur
Hochschule.

Bildung ist eine Lebensstation. Wie soll die Bildung sein, von
der Kita bis zur Hochschule?



DAFÜR SETZE ICH MICH EIN

Wie Sie wissen, ist die Politik eine Sache, die man machen muss.
Hier finden Sie eine Liste der Themen, die mir dabei ganz
besonders am Herzen liegen.

BÜRGERRECHTE

Wie kann die Politik die Rechte der Bürger
schützen und die Rechte der Bürger
schützen? Wie kann die Politik die Rechte
der Bürger schützen?

BILDUNG

Wie kann die Politik die Bildung der Bürger
schützen und die Bildung der Bürger
schützen? Wie kann die Politik die Bildung
der Bürger schützen?

GESUNDHEIT

Wie kann die Politik die Gesundheit der Bürger
schützen und die Gesundheit der Bürger
schützen? Wie kann die Politik die Gesundheit
der Bürger schützen?

FAMILIE

Wie kann die Politik die Familie der Bürger
schützen und die Familie der Bürger
schützen? Wie kann die Politik die Familie
der Bürger schützen?

RENTE

Wie kann die Politik die Rente der Bürger
schützen und die Rente der Bürger
schützen? Wie kann die Politik die Rente
der Bürger schützen?

DIGITALISIERUNG

Wie kann die Politik die Digitalisierung der Bürger
schützen und die Digitalisierung der Bürger
schützen? Wie kann die Politik die Digitalisierung
der Bürger schützen?



MEIN POLITISCHER WERDEGANG

Wie mein politischer Werdegang ist, das ist eine Sache, die man machen muss.
Hier finden Sie eine Liste der Themen, die mir dabei ganz
besonders am Herzen liegen.

DAS INTERESSE ERWACHT

2009

2011

BUNDESPRÄSIDENT DER LIBERALEN
HOCHSCHULGRUPPEN

KREISTAGSABGEORDNETER

2013



ANSCHRIFT

Hamburg, 11
20111 Hamburg
Deutschland
Telefon: 040 - 123 456 78
info@fdp-hamburg.de

Teilen Sie uns in den sozialen Medien

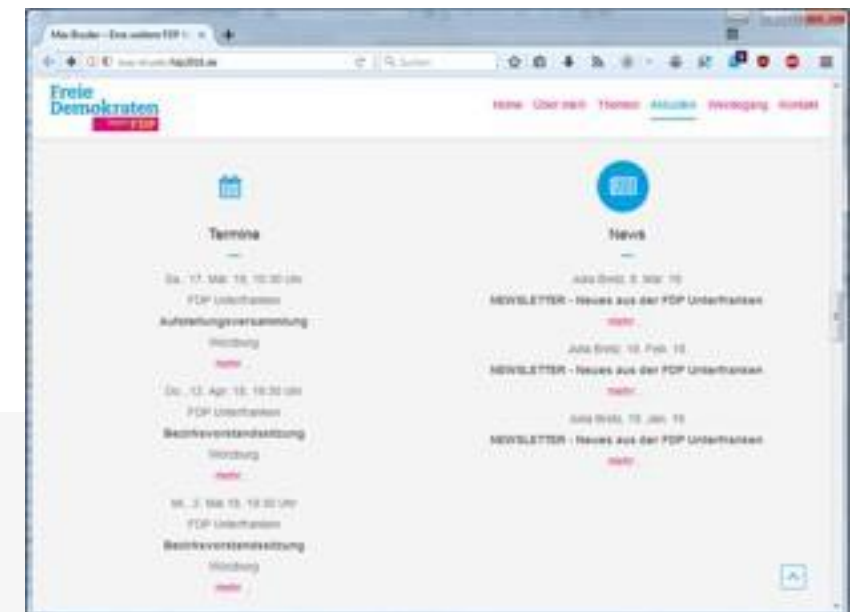


Stand: 11.11.2023 | Impressum | Datenschutz



2005

Creating the party's brand



ANGEBOT WEB

BEISPIELE LAYOUT GLIEDERUNGEN



ANGEBOT SOCIAL MEDIA

Vorstellung | Interview | SK-Impressionen

Kachel

Eine gut gestaltete Kachel erzeugt Aufmerksamkeit und zeugt von Professionalität. Damit die Kacheln sowohl auf Mobilgeräten und im Web gut lesbar sind, aber trotzdem beworben werden können müssen Schriftgrößen und Bildanteile korrekt beachtet werden.

Kacheln eignen sich auch ausgezeichnet für Facebook-Werbekampagnen.

Design einer Kachel im Kampagnenformat (inkl. Bildauswahl und Bearbeitung) 40€

+ Texten des Postings (nach Themenvorgabe) 20€

+ passende Bewerbung 10€ zzgl. Werbeausgaben (ab 5€/Tag)

+ 24/h Aufschlag 20€

Bei Beauftragung mehrerer Kacheln im Voraus ist ein Nachlass möglich.

Textvideo

Ein Erklärvideo/Textvideo erzeugt mehr Aufmerksamkeit als eine Kachel. Zudem kann besser nachverfolgt werden, wie lange das Video gesehen wird. Sie eignen sich daher ideal zum bewerben. Zudem ist zu beachten, dass Videos häufig als erstes auf der Facebook-Seite angezeigt werden.

Grundpreis 120€ (für ca. 5 sec, ein Thema nach Vorgabe, inkl. texten)

Jede weitere 3 Sekunden à 40€

+ Texten des Postings (nach Themenvorgabe) 20€

+ passende Bewerbung 20€ zzgl. Werbeausgaben (ab 5€/Tag)

Facebookbanner (für Seiten und Veranstaltungen)

Design eines Banners im Kampagnenformat (inkl. Bildauswahl und Bearbeitung) 60€

ANGEBOT SOCIAL MEDIA

BEISPIELE



Freie Demokraten FDP

BEHÖRDENKONTAKTE NACH DEM „ONCE-ONLY“-PRINZIP MINIMIEREN. DENKEN WIR NEU.



Freie Demokraten FDP

RAUS AUS DER KREIDEZEIT. SCHULEN MODERNISIEREN. DENKEN WIR NEU.



ANGEBOT VIDEO

Vorstellung | Interview | SK-Impressionen

Formatidee

Wir produzieren für Ihre Kandidaten Vorstellungsvideos. Dabei sind zwei Schritte möglich und individuell auswählbar:

1. Vorstellungsgespräch
2. Ergänzung des Interviews mit Bildern aus den Stimmkreisen

Das Vorstellungsgespräch

An einem zentralen Ort werden Interviews zur Vorstellung Ihrer Landtagskandidaten aufgezeichnet.

Dies wäre auch direkt auf dem Bezirksparteitag im Mai möglich.

Dabei geht es um ein kurzes, standardisiertes Format. Ziel ist ein Video von ca. zwei Minuten Länge.

Dies beinhaltet in der Regel drei mögliche Fragen. Der Aufbau wäre bei allen Videos gleich.

Produktion und Kosten

Die Produktion

der Interviews muss an einem zentralen Ort am Stück erfolgen.

Die Aufzeichnung

sollte vor passenden Kampagnenhintergrund erfolgen oder vor einem neutralen, z.B. weißen Hintergrund.

Auch eine Greenbox Produktion ist möglich, jedoch aufwendiger.

Die fertigen Videoclips werden als MP4 Datei in HD Auflösung ausgegeben. Ihre Logos, Schriftzüge und Intros/Outros nehmen wir gerne auf.

Die Videos passen sich vollkommen in Ihre Kampagne ein.

Produktionskosten

Je Vorstellungsgespräch fallen Produktionskosten ab 300 €* an.

Ab dem 11. Video reduzieren sich die Kosten um 25 € je Video.

Bei Buchung für mehr als 20 Kandidaten können wir Ihnen einen Preis von nur 200 €* je Video anbieten.

Die Option Ergänzung des Interviews mit Bildern aus den Stimmkreisen ist bei jedem Video einzeln zubuchbar und kostet je Video zusätzlich ab 200 €*.

ANGEBOT MARKETING | GRAFIK

Print | Text | Tonality | Layoutpaket | Produktion

Paketidee

Dabei sind zwei folgende Versionen individuell auswählbar:

A) Kandidaten-Bausteine

1. Plakat solo € 75.-
2. Folder solo | Fotobriefing | Text nach gestellter Rohcopy | Layout 8 Seiten 4/4-c | Druckdaten | Produktion € 495.-
3. Print-Paket: Plakat(e) | Folder | HH-Flyer | VCards | 10 OnePager-Kacheln | Display-Kampagnenmotive für SM-Werbung, komplett € 550.-

B) Stimmkreis-Paket

Paket 3 wie vor, jedoch für einen gesamten Stimmkreis LTW + BZTW incl. Team-Plakaten = Paket für 4 Kandidaten komplett € 1650.-

C) Bezirks-Paket

Paket 3 wie vor, jedoch für den Bezirk LTW + BZTW incl. Team-Plakaten = Paket bei mindestens 5 Stimmkreisen komplett, je € 1500.-
Preise jeweils zzgl. MwSt.

Die Fotodaten

Können beigeliefert werden; dann wird allerdings der Retuscheaufwand vollständig nach Aufwand zum reduzierten h-Satz von € 62.-abgerechnet. Wird der Foto-Service in Anspruch genommen, sind Finetuning-Retuschekosten mit dem Fotohonorar abgegolten. Gilt auch für Fotos vom LPT.

Produktion und Kosten

Die Produktion

wie auch die komplette administrative Abwicklung läuft über das Kampagnenteam, Abrechnung Druckkosten und Porti ausschließlich mit Vorkasse über ufw!

Produktionskosten

Dazu wird aktuell nach Abfrage möglicher Interessen und Bedarfsplanung für entsprechende Auflagen eine konkrete PL erstellt...

Print-Pakete

schneller, preiswerter, einheitlicher

- nach CD | LV Heimat | ab Mai
- VCard: Preisvorteil Set-Produktion
- Plakate: Preisvorteil Sammelorder
- Flyer: hoher Qualitätsstandard bei Auswahl individueller Formate und Umfänge
- Mailings: Portooptimierung
< 4.000 MaxiCards, je 0,38€ Porto
> 4.000 MaxiCards, je 0,28€ Porto
= LR 97 | Format | Inhalt | Absender
- Admin | Overhead minimiert

**Freie
Demokraten**

Hessen **FDP**



MARIO DÖWELING
FÜR DEN VOGELSBERG
NACH WIESBADEN
WAHLKREIS 17 #PLATZ 20

marioeweling.de fdp.de/denkenwirneu



V-Cards | Folder | Kacheln



KONZEPT-IDEE

Kandidaten-Kombi-Plakate für Stimmkreis

- Wir sind ein Team
- Wir können querdenken
- Wir unterscheiden uns deutlich
- Wir sparen dabei



ZUM NACH-LESEN und DENKEN

DIE 5 IRRTÜMER IM INFLUENCER-MARKETING

Irrtum Nr. 1: Influencer-Marketing geht nur mit echten Promis

Die Zeit, in der ein bekanntes Gesicht ein Erfolgsgarant für eine Marke oder ein Produkt war, sind längst vorbei. Kunden ist heute durchaus bewusst, dass hinter alltäglich wirkenden Videos ein Team von Spezialisten steht, dessen einziges Ziel die erfolgreiche Vermarktung des Produkts durch das Testimonial ist. Influencer-Marketing hingegen beruht auf der Authentizität des Werbenden. Daher ist weniger dessen große Bekanntheit ausschlaggebend als vielmehr die Fach-Kompetenz und das Wissen des Influencers. Micro-Influencer wirken als Experten in ihrem Bereich glaubwürdig, haben zwar eine geringere, dafür aber höher qualifizierte Follower-Gemeinschaft.

Irrtum Nr. 2: Influencer-Marketing wirkt nur bei jugendlichen Zielgruppen

Influencer-Marketing hat vor allem der jugendlichen Altersgruppe und den dort gefeierten Social-Media-Stars seinen Hype zu verdanken. Trotzdem lassen sich mit Influencern auch andere Zielgruppen ansprechen. Setzt man auf Experten als Micro-Influencer aus der entsprechenden Nische, ist nicht nur die Authentizität der Beiträge höher, sondern damit auch die Ansprache von älteren (und seriöseren) Zielgruppen verbunden.

Irrtum Nr. 3: Influencer sind wahre Medienprofis

Als Influencer muss man echter Medien-Profi sein – klingt logisch, ist aber falsch. Gerade Micro-Influencer sind oft Fachleute auf ihrem Gebiet, die ihre Leidenschaft mit der Außenwelt teilen wollen, ohne dabei großes Hintergrundwissen im Bereich Marketing und Social Media zu besitzen. Genau diese ungezwungene und auch gerne eher laienhaft wirkende Darstellung weckt das Vertrauen der Rezipienten und verstärkt die Glaubwürdigkeit der Botschaft. Es bedeutet natürlich aber auch, dass hier eine starke Unterstützung seitens des Marketing/Wahlkampfmanagements unerlässlich ist!

Irrtum Nr. 4: Influencer-Marketing funktioniert nur mit großem Budget

Wer allein auf Reichweite seines Influencers setzt, kommt um ein bekanntes Gesicht nicht herum – und das kostet natürlich Geld. Wer nun aber hohe Reichweite mit großem Umsatz oder Impact gleichsetzt, irrt. Micro-Influencer sind nicht nur die überzeugendere und effizientere Alternative, sie passen auch besser ins Marketing-Budget. Jedoch aufgepasst: Mit der Gage des engagierten Influencer ist es natürlich nicht getan, die sollten in unseren Wahlkampfspots allerdings für ein kostenloses Engagement im Bekannten-, Berufskollegen- und Parteifreundeskreis zu finden sein. Dennoch entstehen auch hier Kosten für Konzeption, Produktion und Post-Produktion.

Irrtum Nr. 5: Influencer-Marketing läuft von ganz alleine

Manche sind der Ansicht, Influencer-Marketing sei eine Art Selbstläufer und zudem eine gute Möglichkeit, das eigene Marketingteam und das Budget zu entlasten. Das ist jedoch ein Missverständnis! Eine erfolgreiche Werbestrategie benötigt eine enge Zusammenarbeit mit dem Influencer, da die Follower über diesen eine vertraute Verbindung zum Absender herstellen sollen. Die Arbeit für die Vorbereitung der Videos/Posts, für Aufarbeitung von Inhalten und Reaktionen, ist aber nicht zu unterschätzen.

->>> Influencer im Wahlkampf gezielt einsetzen in Videoclips

Wie professioneller Influencer-Einsatz erfolgt, hat gerade das Team um Martin Hagen unter Beweis gestellt, das zeigt den Medien-Profi. Allerdings: Genau das „Überprofessionelle“ wird heute von den meisten Nutzern schnell durchschaut und entsprechend negativ aufgenommen.
-> Der Bürgermeister/Kreisrat/Bezirksrat/ Landrat (gerne auch nicht von der Partei)
-> Der Vorstandskollege aus dem Sportverein
-> Stadt-/Kreisbekannte Unternehmer, Freiberufler....
Kurze knackige Statement-Clips, das erhöht das Ranking auf den Plattformen enorm!!!

DEMO

Weitere Beispiele

Online-Beispiele unter

demo.fdp2018.de

KONTAKT

Kampagnenteam 2018

fon: 0931/35820907
(Marco Graulich & Werner Jannek
gemeinsam darüber direkt erreichbar)

mail: muc2018@fdp-unterfranken.de



c/o Marco Graulich
Bronnbachergasse 18
97070 Würzburg
fon: 0931 | 4 600 80-0
fax: 0931 | 4 600 80-1
info@ifactory.de

Einzelpersonen jeweils individuell unter

marco.graulich@fdp-unterfranken.de
markus.bohn@fdp-unterfranken.de
konstantin.kloos@fdp-unterfranken.de
florian.kuhl@fdp-unterfranken.de
robert.krueger@fdp-unterfranken.de
max.bruder@fdp-unterfranken.de
werner.jannek@fdp-unterfranken.de

ufw! UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR **MARKETING**KOMMUNIKATION

c/o Werner Jannek
Hofgasse 6 - 8
97828 Marktheidenfeld
fon: 09391/9196180
fax: 09391/9196182
route66@wa-ufw.com