

**WERBEWELT**



# 1995 GEGRÜNDET IN LUDWIGSBURG

A low-angle, black and white photograph of a modern building facade. The building features a grid of windows, with the perspective looking up from a low angle, creating a sense of height and scale. The windows are dark, and the concrete or stone structure is light-colored. The text is overlaid on the left side of the image.

# 45 MITARBEITER IN STUTTGART UND MÜNCHEN



# TOP 40 DER INHABERGEFÜHRTEN AGENTUREN

# BRANDING

MARKENSTRATEGIE, CORPORATE IDENTITY, CORPORATE DESIGN, CORPORATE COMMUNICATIONS. ...

# CAMPAIGNING

INTEGRIERTE KOMMUNIKATION, KONZEPTION, PLANNING, PRODUKTION, CONTENT-ERSTELLUNG, ...

# DIGITAL

STRATEGIE, KONZEPTION, DIGITAL MARKETING, CONTENT MARKETING, DESIGN, ENTWICKLUNG, MARKEN-WEBSEITEN, PORTALE, SOCIAL MEDIA, ...

# ECOM

UNIT FÜR BRANDED ECOMMERCE. CONSULTING, STRATEGIE, SHOP DESIGN, ESALES-MARKETING, SHOP-MAINTENANCE.

# PR

UNIT FÜR KLASSISCHE PR, DIGITAL INFLUENCER RELATIONSHIP MANAGEMENT, BLOGGER NETZWERK, ...

# REFERENZEN

HUGO BOSS, MERCEDES BENZ, PORSCHE, DTM,  
MANHATTAN COSMETICS, STEIFF, ASTOR COSMETICS,  
STEINEL, LUISA CERANO, MHPLUS KRANKENKASSE,  
JACK WOLFSKIN, EUROTOURS, ROLF BENZ, OLYMP,  
STRENESE, BAROCK-ERLEBNIS LUDWIGSBURG,  
THOMAS SABO, MARC CAIN, ESCADA, BURGBAD,  
RENE LEZARD, OMEGA, ST. EMILE, PROCTER & GAMBLE,  
ZWIESEL, KAISER +KRAFT, BMW, REISENTHEL, DISNEY,  
FALKE, PEEK & CLOPPENBURG, SIGG, JONNY M., EISFINK,  
MAX MAIER, SALLY HANSEN, HAKRO, INTERHYP,  
DR. SCHELLER, BIO:VEGANE, BOGNER, BASLER, ...

# „Ludwigsburg inspiriert!“ Kommunikationskonzept 2018

Werbewelt AG für Ludwigsburg Stadtmarketing

## *Die Aufgabe*

Anlässlich des 300 jährigen Stadtrechts von Ludwigsburg, soll die neue Markenpositionierung „Ludwigsburg inspiriert“ und das Programm „Stadt werden“ durch ein integriertes Kommunikationskonzept für 2018+ aktiv beworben werden.

Ziel ist es die neu ausgerichtete Marke regional zu festigen und national zu stärken.

*Wir glauben*

Ludwigsburg sollte sich im Jubiläumsjahr modern und selbstbewusst inszenieren.

Auch Stadtmarketing kann kreativ und unterhaltsam sein.

Die vielen programmatischen Inhalte sollen sich zu einem großen Ganzen zusammenfügen.

*Ludwigsburg inspiriert*

Das Ergebnis des Markenprozesses sollte auch in der Kampagne immer zu sehen sein.

Für das Jubiläumsjahr  
wird der Claim Teil des Logos.



LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!

## *Unser Ansatz*

Eine Stadt entsteht nicht allein.  
Ein Stadt wird zur Stadt durch ihre Bürger.  
Inspiration entsteht durch die Aktivitäten der Bürger.  
Die Stadt gehört ihren Bürgern.

## *Die Leitidee*

Nur Ludwigsburg hat echte „LUDWIGSBÜRGER“.

Dieser Begriff wird zum zentralen Bestandteil der Kommunikation 2018.

Das ist ausgesprochen unique, augenzwinkernd und integrativ.

Die Identifikation mit der Stadt wird gefördert.

Die Bürgerbeteiligung wird auch in der Kommunikation aufgenommen.

# *Die Kommunikationsmechanik*

„Ludwigsburg inspiriert“ (die neue Positionierung)

## Ludwigsbürger

denken, gestalten, leben und präsentieren ihre Stadt und tragen somit aktiv zur Stadt-Werdung bei.

Stadt werden (300 Jahre Stadternennung Ludwigsburg)

# Die Kommunikationssäulen 2018

Ludwigsburg inspiriert



## *Das „Große L“*

# Die Ludwigsbürger werden Teil der Kampagne

Im Vorfeld des Jubiläums werden die Ludwigsburger eingeladen, sich für das Hauptmotiv fotografieren zu lassen.

Das Logo der Stadt wird aus ihren Bürgern geformt.

Eine erste, tolle Aktion, um gemeinsam das Jubiläumsjahr vorzubereiten und zu bewerben.

Alle Ludwigsburger sind eingeladen auf dem Marktplatz (der vorher entsprechend präpariert wurde), sich in L-Form aufzustellen.





# EIN BILD VON EINEM LUDWIGSBÜRGER.

WERDEN SIE TEIL DER 300 JAHRE STADTWERDUNGS-KAMPAGNE  
MACHEN SIE IHREN 3D FULL BODYSCAN





Composing der gescannten Teilnehmer  
Zum „Großen L“.  
Das gelebte Logo der Stadt.



LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!



**STADT DENKEN, GESTALTEN, LEBEN, WERDEN.  
LUDWIGSBÜRGER MACHEN DAS  
SEIT 300 JAHREN JEDEN TAG NEU.**

300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER [LUDWIGSBURG-300.DE](http://LUDWIGSBURG-300.DE)





300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
DAS WIRD UNSER JAHR.  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER [LUDWIGSBURG-300.DE](http://LUDWIGSBURG-300.DE)



LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!

Initialisierung der Kampagne mit dem „Großen L“

## *Die Jubiläumskampagne*

### Sagen, was ist.

Nach der Etablierungsphase durch das große "L" wird die Kampagne als Textkampagne weitergeführt. Selbstbewusst und spritzig wird das Jubiläumsjahr begleitet.

Hier etabliert sich eine neue Sprache und ein neuer Look & Feel für das Jubiläumsjahr: reduziert, klar und plakativ.

**STADT DENKEN,  
GESTALTEN,  
LEBEN, WERDEN.  
LUDWIGSBÜRGER  
MACHEN DAS SEIT  
300 JAHREN  
JEDEN TAG NEU!**

**300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
DAS WIRD UNSER JAHR.  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER LUDWIGSBURG-300.DE**



Visual „Stadt Werden“

**LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!  
DAS MUSS WOHL  
AN DEN  
LUDWIGSBÜRGERN  
LIEGEN!**

300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
DAS IST UNSER JAHR.  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER LUDWIGSBURG-300.DE



Beispielhafte Folgemotive der Stadtwerdungs-Kampagne

**300 JAHRE  
LUDWIGSBÜRGER.  
WENN DAS KEIN  
GRUND ZUM  
FEIEREN IST.**

**300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
DAS WIRD UNSER JAHR.  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER LUDWIGSBURG-300.DE**



Beispielhafte Folgemotive der  
Stadtwerdungs-Kampagne

**LUMPENBURGER,  
KASTANIENBEUTEL,  
WIE AUCH IMMER.  
HAUPTSACHE:  
LUDWIGSBÜRGER!**

300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
DAS WIRD UNSER JAHR.  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER [LUDWIGSBURG-300.DE](http://LUDWIGSBURG-300.DE)



Beispielhafte Folgemotive der  
Stadtwerdungs-Kampagne

 LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!

# DAS LEBEN GENIESSEN WIE EIN LUDWIGSBÜRGER!

300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
FEIERN SIE MIT. ALLE INFOS AB SOFORT UNTER [LUDWIGSBURG-300.DE](http://LUDWIGSBURG-300.DE)

 LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!



 LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!

# DIE LUDWIGSBÜRGER LASSEN DIE KORKEN KNALLEN!

300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
FEIERN SIE MIT. ALLE INFOS AB SOFORT UNTER [LUDWIGSBURG-300.DE](http://LUDWIGSBURG-300.DE)

Beispielhafte Großflächenplakate  
zur Bewerbung in der Region



LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!

**LUMPENBURGER,  
KASTANIENBEUTEL,  
WIE AUCH IMMER.  
HAUPTSACHE:  
LUDWIGSBÜRGER!**

300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
DAS IST UNSER JAHR. INFOS UNTER LUDWIGSBURG-300.DE



LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!



300 JAHRE STADT LUDWIGSBURG.  
DAS WIRD UNSER JAHR.  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER LUDWIGSBURG-300.DE

## *Stadt werden*

### Aktionen, Events und andere Ideen

Das Programm „Stadt werden“ besteht durch eine Reihe von Maßnahmen, die es alle zu präsentieren gilt. Die neue Gestaltungslinie integriert die vielen Programmpunkte zu einer einheitlichen Aussage.



## Englische Textvarianten:



IT'S NICE  
TO BE A  
LUDWIGSBURGER.

MODERN MEETS  
BAROQUE.  
ONLY IN  
LUDWIGSBURG.

CELEBRATE WITH US.  
300 YEARS CITY OF  
LUDWIGSBURG.

FAIRYTALE CASTLE,  
HISTORIC CITY AND  
FLOWER GARDENS.  
WE HAVE IT ALL.

VON FÜHRENDEN  
LUDWIGSBÜRGERN  
EMPFOHLEN:  
LITERATURTAGE  
LUDWIGSBURG

XX.-XX.MONAT 2018

LITERATURTAGE LUDWIGSBURG  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER LUDWIGSBURG-300.DE



Beispielhaftes Motiv für Eventankündigung



**250 JAHRE  
VENEZIANISCHE  
MESSE**

**SIE WERDEN DIE  
LUDWIGSBÜRGER  
NICHT WIEDER-  
ERKENNEN.**

10.-12. SEPTEMBER 2018

VENEZIANISCHE MESSE LUDWIGSBURG.  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER [LUDWIGSBURG-300.DE](http://LUDWIGSBURG-300.DE)



LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!

Beispielhaftes Motiv für Eventankündigung



Beispielhafte Broschüre „Venezianische Messe“





 LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!

22. NOVEMBER - 22. DEZEMBER 2018

**250 JAHRE**  
**VENEZIANISCHE**  
**MESSE**  
**LUDWIGSBURG**  
**DAS ERLEBNIS.**

**LUDWIGSBURG**  
**300 JAHRE**  
**STADT WERDEN!**

## Englische Textvarianten:



250 YEARS.  
VENETIAN FAIR  
LUDWIGSBURG.  
THE MAGICAL  
DREAM WORLD OF  
GERMANY.

250 YEARS.  
VENETIAN FAIR  
LUDWIGSBURG.  
A TOUCH OF VENICE  
IN THE MIDDLE OF  
LUDWIGSBURG.

## *Die Specials*

# Weihnachtsmarkt

Weihnachtsmarkt passt ihren Look an die Hauptkampagne an.  
Dadurch entsteht eine größere Selbstähnlichkeit  
der gesamten Kommunikationsmaßnahmen.

**LUDWIGSBURGER  
BAROCK-  
WEIHNACHTSMARKT  
NICHT NUR FÜR DIE  
LUDWIGSBÜRGER  
DER SCHÖNSTE  
WEIHNACHTSMARKT  
DER WELT.**

22. NOVEMBER - 22. DEZEMBER 2018

VENEZIANISCHE MESSE LUDWIGSBURG.  
ALLE INFOS AB SOFORT UNTER [LUDWIGSBURG-300.DE](http://LUDWIGSBURG-300.DE)



LUDWIGSBURG  
INSPIRIERT!

Beispielhaftes Motiv für Weihnachtsmarkt



Beispielhafte Broschüre „Weihnachtsmarkt“





22. NOVEMBER - 22. DEZEMBER 2018

# LUDWIGSBURGER BAROCK WEIHNACHTSMARKT EINMALIG SCHÖN.

LUDWIGSBURG  
300 JAHRE  
STADT WERDEN!

## Englische Textvarianten:



LUDWIGSBURG BAROQUE  
CHRISTMAS MARKET.  
CELEBRATE THE MOST  
WONDERFUL TIME OF  
THE YEAR IN  
LUDWIGSBURG.

LUDWIGSBURG BAROQUE  
CHRISTMAS MARKET.  
ALL I WANT FOR  
CHRISTMAS IS  
LUDWIGSBURG.

A CHRISTMAS  
WONDERLAND.  
LUDWIGSBURG  
BAROQUE  
CHRISTMAS MARKET.

I'LL BE IN  
LUDWIGSBURG  
FOR CHRISTMAS.  
BAROQUE  
CHRISTMAS MARKET.

## *Mediale Umsetzung*

# Sichtbar in der ganzen Region

Out-of-Home Medien eignen sich aufgrund der regionalen Ausprägung, der hohen Awareness und starken Aktivierung am besten für die Kommunikation der neuen Botschaften von Ludwigsburg.

*Mediale Umsetzung: Out-of-Home*

## Großflächen und City-Light-Poster

Selektion von Flächen innerhalb der Stadt Ludwigsburg und in den größeren Städten (> 20.000 Einwohner) in der Region:  
Bietigheim-Bissingen, Vaihingen/Enz, Remseck und Ditzingen.

So wird über die Stadtgrenzen hinaus  
die neue Positionierung von Ludwigsburg kommuniziert.

## Mediale Umsetzung: Out-of-Home

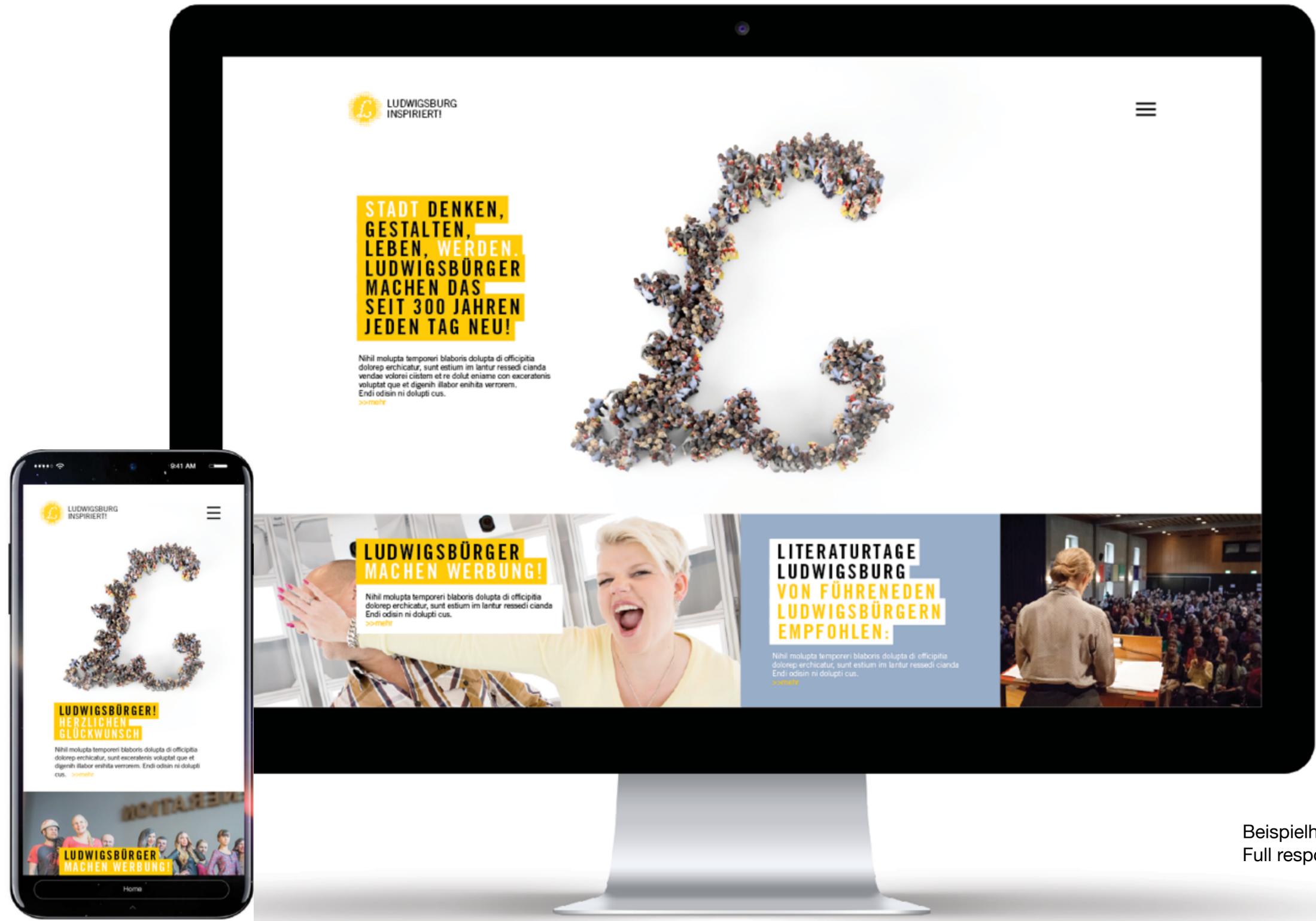
Mit Großflächen und City-Light-Postern erreichen wir in 4 Flights (10 Tage bzw. 7 Tage) 72% der Personen 18J+ in der Region und schaffen über 7,8 Millionen Kontakte.

Kampagnen-Launch: Das „L“	Venezianische Messe	Literaturtage	Weihnachtsmarkt
93 City-Light-Poster in Ludwigsburg 37 Großflächen in 5 Städten	37 Großflächen in 5 Städten	37 Großflächen in 5 Städten	93 City-Light-Poster in Ludwigsburg 37 Großflächen in 5 Städten
2,31 Mio. Kontakte 72,8% Nettoreichweite 5,5 Kontakte	1,63 Mio. Kontakte 66,4% Nettoreichweite 3,8 Kontakte	1,63 Mio. Kontakte 66,4% Nettoreichweite 3,8 Kontakte	2,31 Mio. Kontakte 72,8% Nettoreichweite 5,5 Kontakte
15.000 EUR	10.000 EUR	10.000 EUR	15.000 EUR

## *Jubiläumsjahr-Website*

# Plattform für ein volles Programm

Mit einer eigenen Website geht das Jahr 2018 modern und interessant ins Netz. Auf ihr können alle Termine, Aktionen und Events des Jahres präsentiert werden.



Beispielhafte Screens der Jubiläumswebsite.  
Full responsive auf desktop und mobile.

## LUDWIGSBURGER BAROCK- WEIHNACHTSMARKT NICHT NUR FÜR DIE LUDWIGSBÜRGER DER SCHÖNSTE WEIHNACHTSMARKT DER WELT.

Nihil mollupta temporeni blaboris dolupta di officipita dolorep erchicatur, sunt estium im lantur ressedī cianda vendae volorei ciletem et re dolūt eriamē con exceratēns voluptat que et digenih ilabor enihita verorem. Endi odsin ni dolupti cus.  
[>>mehr](#)



## LUDWIGSBÜRGER MACHEN WERBUNG!

Nihil mollupta temporeni blaboris dolupta di officipita dolorep erchicatur, sunt estium im lantur ressedī cianda Endi odsin ni dolupti cus.  
[>>mehr](#)

## LITERATURTAGE LUDWIGSBURG VON FÜHRENDEN LUDWIGSBÜRGERN EMPFOHLEN:

Nihil mollupta temporeni blaboris dolupta di officipita dolorep erchicatur, sunt estium im lantur ressedī cianda Endi odsin ni dolupti cus.  
[>>mehr](#)



## LUDWIGSBÜRGER MACHEN WERBUNG!

Nihil molupta temporeni blaboris dolupta di officipita dolorep erchicatur, sunt estum im lantur ressedri cianda Endi odisin ni dolupti cus.

>>> mehr



## LITERATURTAGE LUDWIGSBURG VON FÜHRENDEN LUDWIGSBÜRGERN EMPFOHLEN:

Nihil molupta temporeni blaboris dolupta di officipita dolorep erchicatur, sunt estum im lantur ressedri cianda voluptat que et digenih illabor enihita verrorem.

>>> mehr



## PORTRAIT: BERND MUSTERMANN LUDWIGSBÜRGER MIT PATENT.

Nihil molupta temporeni blaboris dolupta di officipita dolorep erchicatur, sunt estum im lantur ressedri cianda Endi odisin ni dolupti cus.

>>> mehr



## TERMINE, TERMINE, TERMINE:

### Beispieltermin XX. -XX. 29018

di officipita dloreep erchicatur, sunt estum im lantur essedi cianda vendae volerei cistem et re dolut eniarne con exceratenis voluptat que et digenih illabor enihita verrorem.

>>> mehr

### Beispieltermin XX. -XX. 29018

di officipita dloreep erchicatur, sunt estum im lantur essedi cianda vendae volerei cistem et re dolut eniarne con exceratenis voluptat que et digenih illabor enihita verrorem.

>>> mehr

### Beispieltermin XX. -XX. 29018

di officipita dloreep erchicatur, sunt estum im lantur essedi cianda vendae volerei cistem et re dolut eniarne con exceratenis voluptat que et digenih illabor enihita verrorem.

>>> mehr

### Beispieltermin XX. -XX. 29018

di officipita dloreep erchicatur, sunt estum im lantur essedi cianda vendae volerei cistem et re dolut eniarne con exceratenis voluptat que et digenih illabor enihita verrorem.

>>> mehr

## *Portrait Reihe*

# Ich bin ein Ludwigsbürger

Mit dieser Reihe stellen wir ein weiteres Mal die Bürger der Stadt in den Mittelpunkt.

Das wahre Geheimnis der „Stadtwerdung“ liegt im Engagement und der Aktivität ihrer Bürger.

Mit lebendigen, unterhaltsamen, aber kurzen Interviews zeigen wir, was Ludwigsburger machen, denken und wollen.



Aktion: „Ich bin ein Ludwigsburger.“  
 Beispielhaft auf der website, Facebook und Instagram.

## *Mediale Umsetzung*

# Ludwigsbürger als Content-Kampagne in Social Media

Soziale Medien - im Schwerpunkt Facebook und Instagram - eignen sich, um Personen zielgenau in der Region mit relevanten Themen anzusprechen.

Wir verbreiten „Ich bin ein Ludwigsbürger“ über die eigenen Social Kanäle hinaus im Netz und schaffen so Relevanz für Ludwigsburg.

*Mediale Umsetzung: Social Media*

## Facebook und Instagram

Zielgruppe: Targeting aller im Umkreis von 60 km rund um Ludwigsburg und älter als 18 Jahre (2,2 Mio. Personen)

Generierung von ca. 11 Mio. Kontakten in der Zielgruppe und bis 40.000 Website-Klicks auf die Landing Page.  
Bei einem Budget von 9.000 EUR.

## *Influencer-Kampagne*

# Takeover Ludwigsburg

Tue Gutes und sprich darüber. Wir lassen darüber sprechen. Wir nutzen die mediale Reichweite von Bloggern/Influencer und laden sie auf die unterschiedlichsten Veranstaltungen ein. Dafür stellen wir ihnen unsere Social Media Kanäle (Instagram) zur Verfügung und über uns wird auf ihren Kanälen berichtet.



Aktion: „Takeover Ludwigsburg“  
Beispielhaft auf Instagram.

## *Influencer-Kampagne*

# Selektion von regionalen Influencern

Um Relevanz und Bekanntheit in der Region für die Veranstaltungen im Jahr 2018 zu schaffen, selektieren wir im 1. Schritt Influencer aus dem Großraum Ludwigsburg. Diese haben bereits eine hohe Regionale Bekanntheit und viele Fans aus dem Umkreis.

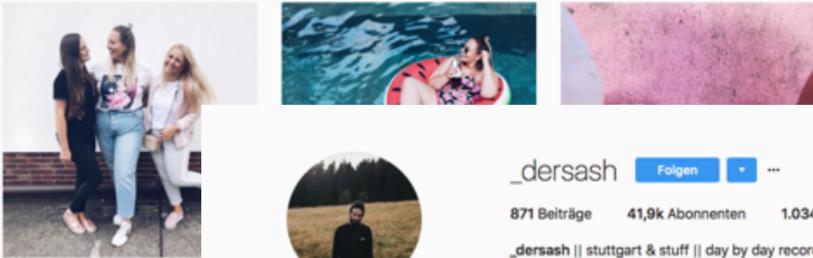
Hier sind Personen aus verschiedenen Themengebieten denkbar: Travel, Food, Lifestyle oder Architektur.



unboundedambition Folgen

1.224 Beiträge 50,5k Abonnenten 109 abonniert

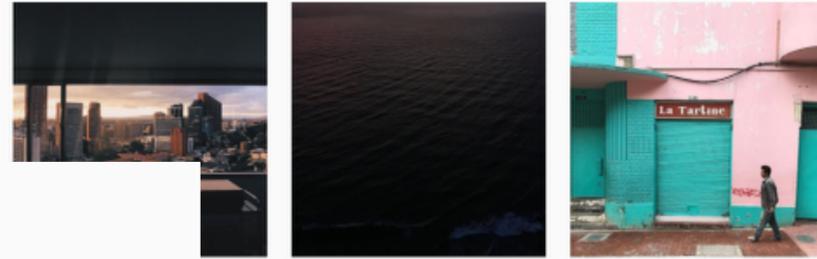
Anne-Marie X Lifestyleblog Stuttgart/Berlin things I do daily: smile, love, eat, write, talk too much and think too little. love letters go to: hello@unboundedambition.de UNBOUNDEDAMBITION.DE



steffengeldner Folgen

718 Beiträge 16,3k Abonnenten 836 abonniert

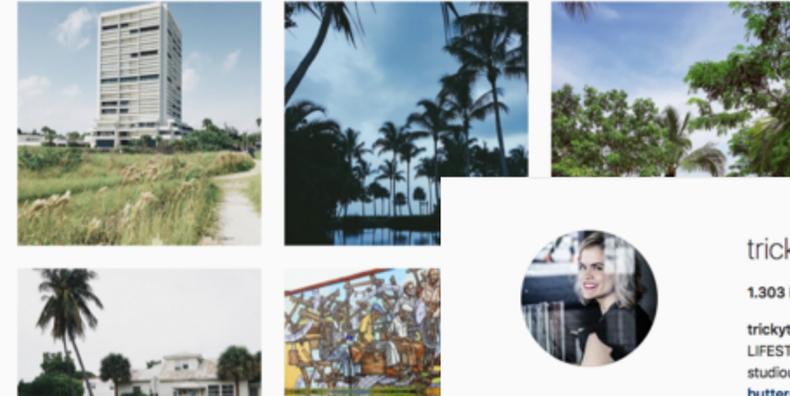
Steffen Geldner Stuttgart, Germany, but currently travelling through Colombia All iPhone



herr\_schiller Folgen

1.827 Beiträge 39,4k Abonnenten 273 abonniert

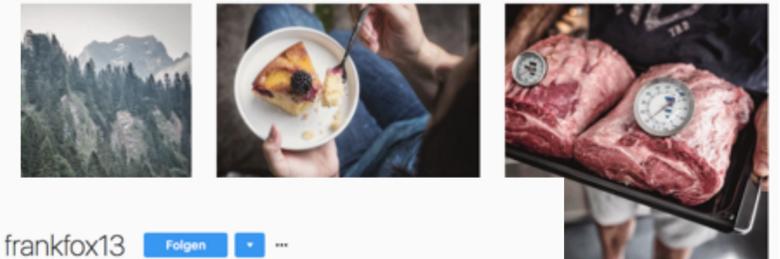
Constantin Schiller, Stuttgart Facebook & Twitter: herrschiller Samsung Galaxy S8+ Stuttgart Currently: Columbia, SC Next: Washington D.C., NYC www.constantin-schiller.net/2017/08/24/usa-no-1-salida-colorado-schiller\_inusa



trickytine Folgen

1.303 Beiträge 17,9k Abonnenten 633 abonniert

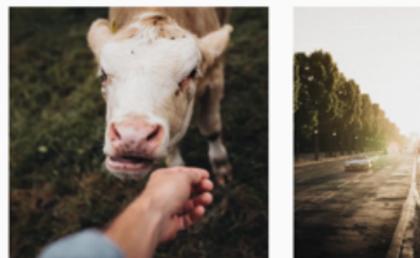
trickytine christine garcia blogger & creative content creator FOOD TRAVEL LIFESTYLE PHOTOGRAPHY hello@trickytine.com stuttgart germany studiourbina trickytine.com/rucki-zucki-und-mega-lecker-indisches-one-pot-butter-chicken-mit-kichererbsen-aus-dem-schnellkochtopf-plus-ein-kleiner-einblick-in-mein-neues-tricky-hinterhofparadies-le



\_dersash Folgen

871 Beiträge 41,9k Abonnenten 1.034 abonniert

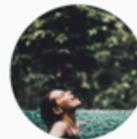
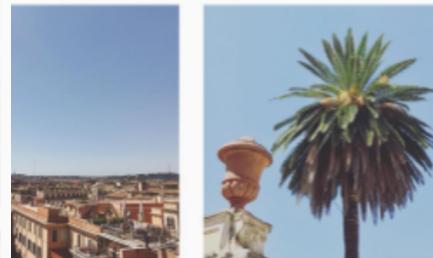
\_dersash || stuttgart & stuff || day by day records ||



mojofromtheblog Folgen

767 Beiträge 2.864 Abonnenten 987 abonniert

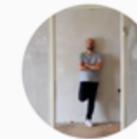
Mojo from the Blog Blogger Stuttgart, Germany mojofromtheblog@gmx.de www.facebook.com/mojofromtheblog www.mojofromtheblog.de



lilies\_diary Folgen

2.427 Beiträge 21,7k Abonnenten 7.142 abonniert

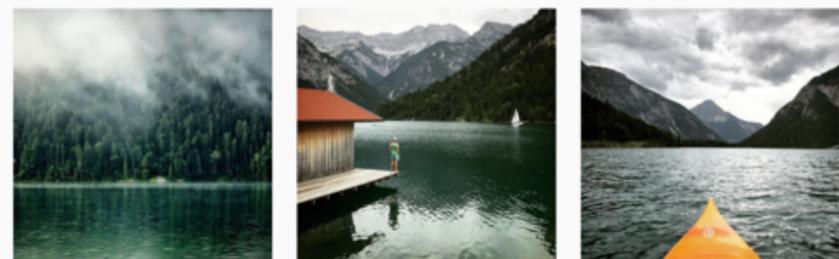
Christine Neder Love my life Snapchat: @lilies\_diary Mail: neder.c@web.de Current location: Portugal Shop: lilies-diary-shop.com www.lilies-diary.com/urlaub-an-der-ostsee



frankfox13 Folgen

913 Beiträge 25,4k Abonnenten 926 abonniert

Frank Hörner / Stuttgartgram Stuttgart | Germany Creator of #stuttgartgram Admin of @igersstuttgart bit.ly/1JMEhny



## *Fazit*

Komplexe Aufgaben organisiert man  
am besten mit Einfachheit.

Die Ludwigsbürger stehen im Mittelpunkt und  
werden Teil des Stadtmarketings.

Ein klares Design und klare Botschaften  
präsentieren die Stadt auf der Höhe der Zeit.

Selbstbewusst und sympathisch beweist die Stadt ihr neues Motto:  
„Ludwigsburg inspiriert!“

WIR FREUEN UNS AUF IHRE FRAGEN.

**Copyright idea/concept/text/photo  
by WERBEWELT AG, Stuttgart**

**All rights reserved. Subject to our general terms and conditions.**

**The recipients are obligated to treat contents confidentially to use and ensure their hand copy only internally that neither copies nor other duplications, also individual sides are made, - it is, with the written agreement of WERBEWELT AG, Stuttgart.**

**WERBEWELT AG, Schloßstraße 70, 70176 Stuttgart, [www.werbewelt.de](http://www.werbewelt.de)**

**September 2017**

**WERBEWELT**