

SEMINARIO DE ALEMAN

HISTORISCHES ZENTRUM

ALTSTADT BOGOTÁ

KAREN MICHELL RODRÍGUEZ SÁNCHEZ

LEIDY PAOLA SÁNCHEZ DAZA

UNIVERSIDAD ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES

ECCI

FACULTAD DE LENGUAJE Y HUMANIDADES

LENGUAS MODERNAS

BOGOTA DC

2017

INHALT

HINTERGRUNDINFORMATIONEN.....	4
Mission.....	4
Vission	4
Projektion.....	5
Geschichte der historisches zentrum von Bogota DC.....	5
Historischer hintergrund vom unternehmens.....	6
Historische hintergrund vom service.....	6
Unternehmensbeschreibung	7
Servicebeschreibung	8
Konsumverhältnis	9
Kaufverhältnis.....	10
TARGET.....	10
Unsere potentiellen Kunden	13
Marktpositionierung.....	14
Aviatur	14
DESPEGAR.....	15
Schwäche	15
Chancen.....	16
Stärke	16
Bedrohungen.....	16
Marketing-Strategie.....	17
Produkt/Service.....	17
Preis	17
Paket 2.....	18
Aktivitäten.....	19
Was bietet die Konkurrenz?	19
Werbung und Verkaufsförderung	20
Vertriebskanäle	20
Kreative Strategie.....	20

Produkt-ID	20
Kommunikationsziel	21
Kreative Richtlinien	21
Farbe und Bild.....	21
Ton der Kommunikation	21
„Interkulturellen Begegnung“	22
Unsere Website	23
Referenzen	24
Bibliographie	25
BILDTABELLE.....	26

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Heutzutage fördert die Mehrheit von Ländern den Tourismus mit großer Kraft, da es einer der relevanten Punkte in der aktuellen Wirtschaft, man sucht die Aufmerksamkeit der Ausländer von verschiedenen Formen anzuziehen, damit sie sich die Stadt kennen wünschen und mit der Kultur im Kontakt bleiben und unsere Services erlangen.

Mission

Die Firma sucht Strategien, Pläne und Projekte, um Bogota als Reiseziel durch die Verbesserung sowohl von Ressourcen als auch von Infrastruktur und Produktdesign zu führen. (instituto distrital de turismo 2017).

Vission

Für das Jahr 2026 wird das Distritale Institut von Tourismus die neue Führer-Einrichtung in der effizienten Betreuung des touristischen Sektors und Beförderung der Stadt sein, um aus Bogota das erste tragbare und zugängliche Schicksal der Region zu machen.

Projektion

Das Distritale Institut von Tourismus hat als Hauptfunktion die Projektion von Ausführung für Politiken, Pläne und Programme für die Beförderung des Tourismus und die Position des wesentlichen Bezirks als nachhaltiges touristisches Ziel.

Hauptziel ist die Industrie des Tourismus in Bogota zu fördern, die Stadt zum touristischen nachhaltigen Reiseziel zu verwandeln.

Geschichte der historisches zentrum von Bogota DC

Die Stadt wurde am 6. August 1538 vom Eroberer Gonzalo Jiménez De Quesada gegründet.

La Candelaria ist das historische und kulturelle Zentrum der Stadt. Kopfsteinpflasterstraßen, beschauliche Plätze und bunt bemalte Häuser zeugen hier von dem kolonialen Erbe. La Candelaria zählt zu den besten erhaltenen historischen Altstädten in Lateinamerika. Der Stadtteil gehört zu dem Stadtviertel Santa Fe.

Der Stadtteil verfügt über ein reichhaltiges Kulturleben. Zahlreiche Bibliotheken, Theater und Museen befinden sich hier. Außerdem haben viele Universitäten und Regierungsbehörden hier ihren Sitz. Aufgrund seiner Attraktivität ist dieser Stadtteil ein beliebter Treffpunkt und zählt das ganze Jahr auf viele Besucher. Hier lebt man mitten im Herzen Bogotá. (ministerio de comercio y turismo 2017).

Historischer hintergrund vom unternehmens

Das Distrital Institut von Tourismus ist eine öffentliche Einrichtung der Bezirksordnung, angehängt dem Bezirk Abteilung Wirtschaftsförderung (EDS),

Es an der Umsetzung von Strategien, Pläne und Programmen für die Förderung des Tourismus ist. (instituto distrital de turismo 2017)

Historische hintergrund vom service

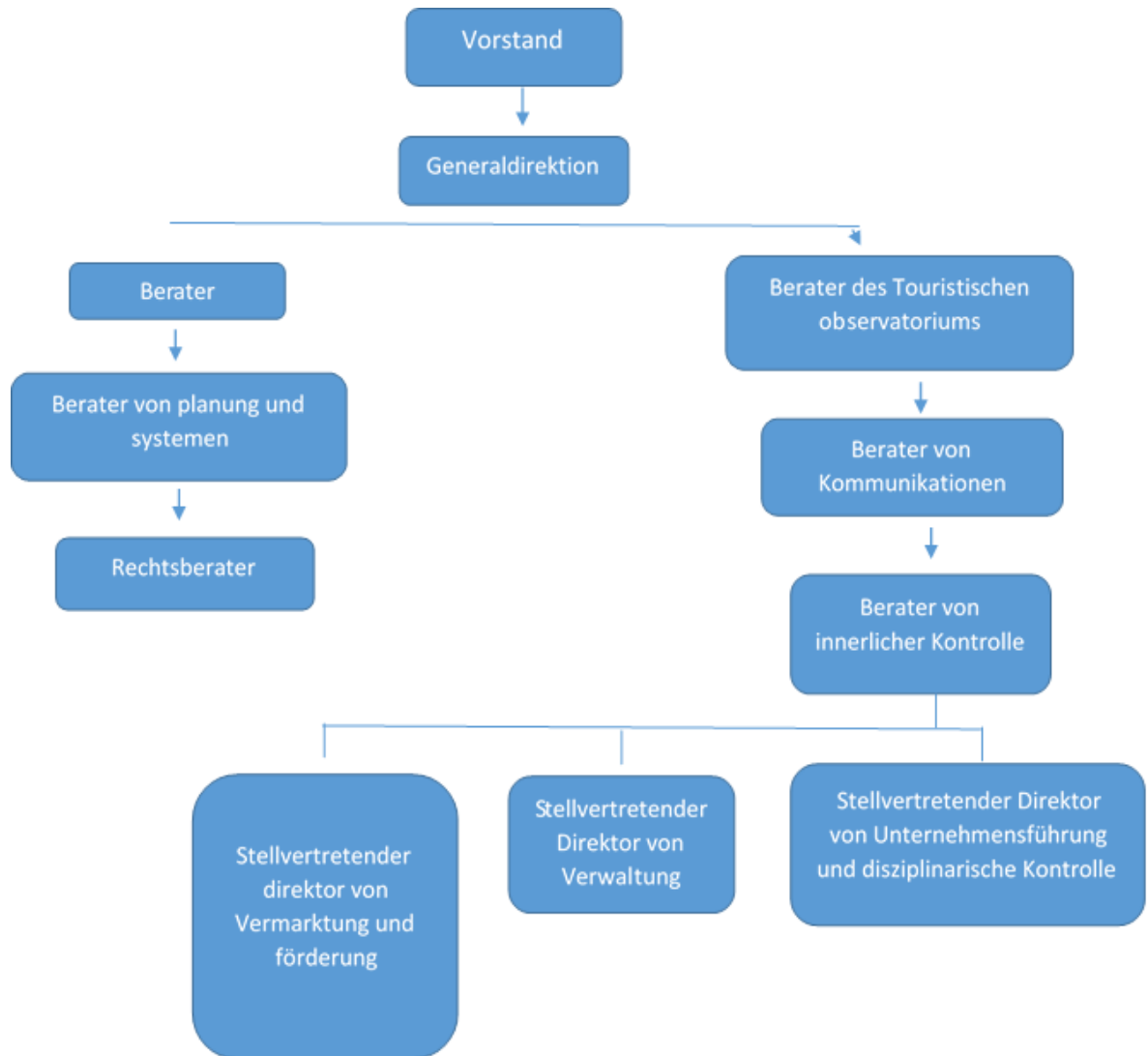
Präkolumbische Epoche: Als die spanischen Eroberer am Ende des 15. Jahrhunderts Südamerika erreichten, betraten sie einen Kontinent, der schon seit Jahrtausenden von Menschen bewohnt war. Allerdings gab es vor Ankunft der Spanier im Gebiet des heutigen Kolumbiens kein Großreich wie das Inka, das einen großen Teil des südlichen und mittleren Südamerikas umfasste. Die präkolumbischen Kulturen bestanden, der geographischen Zerstückelung des Landes entsprechend. (la historia prehispanica de America 2012).

Die Epoche vor dieser Entdeckung durch Christoph Kolumbus wird präkolumbisch genannt. Sie ist nicht zu verwechseln mit der präkolumbianischen Epoche. Dieser Begriff bezeichnet die Zeit vor der Gründung des Großkolumbiens.

Unternehmensbeschreibung

Distritale Institut von Tourismus ist die Organisation, die für die wirtschaftliche Entwicklung von Bogota fördert, durch die Förderung des Tourismus in der Stadt und Bedingungen für die Konkurrenzfähigkeit und Nachhaltigkeit verwalten. (instituto distrital de turismo 2017).

Tabelle 1. Struktur von Distritalem Institut



Servicebeschreibung

Kategorie: Das Distritale Institut für Tourismus bietet ein touristisches Service.

Marke: Historisches Zentrum La Candelaria der Hauptstadt Bogota, Kolumbien.

Service: La Candelaria ist ein touristisches Reiseziel, das am häufigsten von

einzelnen deutschen Touristen besucht wird.

Sie lieben es, sich zu erkunden und mehr über die Geschichte und Ereignisse von Bogotá zu wissen. Andere kommen mit einem romantischen Plan. Es gibt deutsche Reisende, die mit der Familie, mehr über die Kultur, Geschichte und Anderes wissen und erleben wollen.

Konsumverhältnis

La Candelaria ist häufig von deutschen Touristen besucht. Diese deutsche Touristen sind normalerweise zwischen 18 und 30 Jahre alt, mit einer reduzierten Haushaltsausgaben. Es gibt auch 31- bis 40 jährige Menschen, die das ganze Jahr über arbeiten und wollen ihre Kurzurlaub in vollen Zügen geniessen. Andererseits sind die Touristen ab 50. Sie sind Menschen mit viel Geld unterwegs, Sie haben fast keine finanzielle Verantwortlichkeit und sind flexibel mit ihrer Zeit.

Der Besuch des historischen Zentrums La Candelaria von Bogota ist einfacher und zugänglicher für Menschen, die über die Geschichte und Kultur von Bogota wissen wollen.

Es gibt Angeboten an verschiedene touristische Service-Pakete für den Besuch im Zentrum der Hauptstadt.

Tabelle 2. Tourangebote

Paket 1	Service	Preis
8 Tage- 7 Nächte alles inklusive.	Tickets Deutschland-Bogotá - Deutschland	\$6.200.000
	Unterkunft: Prominente Hotel.	
	Frühstück und Mittagessen.	
	Aktivitäten besuchen musen	
	Wanderungen	

Tabelle 3. Tourangebote

Paket 2	Service	Preis
5 Tage- 4 Nächte	Tickets Deutschland-Bogotá - Deutschland	\$4.800.000
	Unterkunft: Real Hotel.	
	Aktivitäten	

In der Hochsaison findet in den Monaten Juni und Dezember statt. Es gibt verschiedene Angebote und Rabatte für Touristen, die einen ausgezeichneten Urlaub mit Komfort und guten Service suchen.

Kaufverhältnis

Einkaufen ist eine Gewohnheit, den er mit Luft füllt im größten Teil der Bevölkerung, besonders, wenn wir von kapitalistischen Ländern sprechen, wo wir sichtbar machen können, dass die Gewohnheiten und Vorlieben der Verbraucher von jedes Landes völlig verschieden sind. Aus diesem Grund manche Einrichtungen bieten ihm einige Verkaufsoptionen an, in den Touristen, die die Stadt besuchen.

Manche Einrichtungen Wie Die Museen, erlauben, den Ticketkauf direkt und im Museum, Internet Auch Durch, wie folgt ersichtlich ist

TARGET

Unser Service ist für Männer und Frauen dass die diese Stadt besuchen wollen und wollen Sie kennen und die Wunder genießen, die Bogota hat, um sie anzubieten.

- Name: Bernard

- alter: 28 jahre alt
- beruf: student
- beruf: arbeitet als Künstler
- hobbies: Fahrrad fahren, Tennis spielen, Bücher lesen, Fremdsprachen lernen, Freunde treffen, fotografieren, ins Museum gehen, Musik hören, spazieren gehen, tanzen, Reisen,
- Reise Tendenzen: Bernard ist ein freier Mann, reist gerne allein, seine Leidenschaft bis zum Ende des Jahres zu reisen In ein anderes Land eine andere Kultur zu erleben

bernard liebt Wassersportarten wie:

- Tauchen
- Schwimmen
- Das Surfen
- Die Wasserski

Tabelle 4. Routine von Montag

Montag
er steht um 6 uhr auf
er isst ein integraler Plätzchen und trinkt einen kaffee
er nimmt den Bus an der Haltestelle
er geht zum Universität von 14 bis 16 uhr
er macht Übung in der Turnhalle er geht in bus nach Hause
er trinkt wein
er Musik hören von 19 bis 20 uhr
er geht zu Bett zu schlafen

Tabelle 5. Routine von Samstag

er steht um 9 uhr auf
er trinkt einen Kaffee und isst ein Plätzchen
Er geht zu einem Museum mit dem Auto
er lernt über die Geschichte von 12 bis 13 uhr
er macht einen Anruf und lädt seinen Freund
er macht Bilder
sie geht Essen im Restaurant von 15 bis 16 uhr
sie musik hören
gehen sie nach Hause im Auto
sie trinken Bier
Er nimmt Abschied von seinem Freund von 19 bis 21 uhr
er geht zu Bett zu schlafen

Tabelle 6. Routine von Mittwoch

Mittwoch
er steht um 7 uhr auf
er isst Keks
er malt ein Bild von 9 bis 11 uhr
er nimmt den Bus an der Haltestelle
er lernt Sprachen von 12 bis 14 uhr
er geht zum Klasse
er spricht mit Freunden von 15 bis 16 uhr
er geht in bus nach Hause
er Sprache mit ihren Eltern
er spielt in seinem Mobil von 20 bis 22 uhr
er trinkt ein bier
er geht zu Bett zu schlafen

Tabelle 7. Routine von Sonntag

Sonntag
er steht um 8 uhr auf
er trinkt Milch mit Keks
er nimmt den Bus an der Haltestelle
er Kauft Tickets für Theater
er ruft ihre Freundin zum Theater
er sieht die böhmisch
e Show von 15 bis 18 uhr
er macht Bilder
er geht zu mittagessen mit ihrem Freund von 19 bis 20 uhr
er geht in bus nach Hause
er liest vor dem Schlafengehen

Unsere potentiellen Kunden

Ein Bohemien Person, wer mag Kunst und Kultur, Nomade Person. Sie genießen Reisen. Eine Person, die liebt und möchte wissen, neue Wege zu erkunden.

Wir wollen eine Person, die gerne:

- Lesen
- Geschichte
- Theater
- Wein
- Neue Dinge erleben
- Bogota Kultur

Das Kundenprofil ist eine eigenständige Person, die hat Freiheit zu tun, was er will, eine gesellige Person, die auf jeder Reise neue Freunde haben will und ein tolles Abenteuer erfahren.

Dieser Kunde könnte eine Person sein, die arbeitet und seine Arbeitspflichten erfüllen für Urlaub , so dass sie Ihr Geld genießen kann, ohne es Schwierigkeiten verbringen kann.

Marktpositionierung

Aviatur

(Unsere Agentur)

SCHWÄCHE	CHANCEN
hohe Kosten in den Destinationen	Wachstum des Tourismussektors
Mangel an Rabatte auf Pakete	Verbesserung des Images des Unternehmens
Mangel an Regionalförderung	Steigerung der Anzahl an Besucher und toutisten
Beförderungen gelten nicht für alle sozialen Schichten	Interesse der Medien
STÄRKE	BEDROHUNGEN
Vielfalt an natürlichen Ressourcen und spezifischen Orten	Überlastung Attraktionen
Existenz von Menschen jeden touristischen Ort vertreten	Klimawandel
Möglichkeit, verschiedene Aktivitäten auszuführen	Wettbewerb

Tabelle 9. Marktpositionierung 1

Aerorepublica (1)

Tabelle 8. Marktpositionierung 1

SCHWÄCHE	CHONCEN
Mangel an Zugehörigkeitsgefühl	Verbesserung des Images der Firma
Mangel an Bilingualität	Wachstum im Tourismussektor
Mangel an Berufsausbildung	Nähe zwischen Gemeinden
Mangel an Standardisierung der Raten	die öffentliche Sicherheit
STÄRKE	BEDROHUNGEN
Wechselsprech	irreführende Werbung
gute Gastgeber	Mangel an Internet
verschiedenen Einheiten Tourismus Ausbildung	Mangel an Gesundheitsdienstleistungen
Bieten	Mangel an touristischen Polizeiausbildung

DESPEGAR

Tabelle 10. Marktpositionierung 3

Schwäche	Chancen
Kleine Domain Mehrere Sprachen nur online-Markt	Erfüllung der neuen Dienste wettbewerbsfähige Werbung
Stärke	Bedrohungen
zugänglichere Tarife für alle Arten von Kunden Das ist ein führendes Unternehmen im touristischen Sektor Vielfalt in den Beförderungen hohe wirtschaftliche Zuflucht	unter Ertrag des Netzes in hohem Zeitraum die Marktsättigung erschwert, dass andere Unternehmen die Marke anzeigen Misstrauen seitens der Benutzer wegen den online Transaktionen Erbbeschädigung in manchen Schicksalen

Schwäche

- Unser Unternehmen verfügt über hohe Kosten im Vergleich mit Aerorepublica Wir könnten die Preise verglichen und einen fairen Preis für Kunden bilden.
- Tourismus-Pakete in unserer Firma bieten die Zweisprachigkeit und die Firma Aero Republica nicht.
- Wir bieten Promotionen in unserem Unternehmen bieten, die nicht für die verschiedenen sozialen Schichten bezahlbar sind, wir könnten mehr Reiseangebote schaffen, um mehr Kunden zu gewinnen.

Chancen

- Aviatur hat die Möglichkeit, das Kundenwachstum im Unternehmen und auch nehmen das Unternehmen ab.
- die Aviatur Firma hat ein hohes Interesse in den Medien.
- Aerorepublica hat die Möglichkeit, die öffentliche Sicherheit (Polizei) zu garantieren, im Gegenteil bietet unsere Firma private Sicherheit für die Kunden an.

Stärke

- die Aviatur Firma bietet Pakete in mehreren Schutzgebieten und andere touristischen Orten im Vergleich mit der Konkurrenz.
- Unsere Firma hat mehr Personal in jedem touristischen Ort. Unsere Konkurrenz fehlt an Personal.
- Konkurrenz bietet Ausbildung für das Personal, unser Unternehmen hat diese Ausbildungsplätze für unsere Mitarbeiter nicht.

Bedrohungen

- überladene Aviatur bietet Pakete von Aktivitäten, die während des Aufenthaltes nicht erfüllt sind.
- wir könnten einige Aktivitäten für Touristen beseitigen.
- in jedem touristischen Ort besteht die Gefahr, von Kriminellen angegriffen sein, in diesem könnten wir die Sicherheit verbessern, weil der Preis für das Paket alles enthält.

Marketing-Strategie

Produkt/Service

- unser Unternehmen bietet verschiedene Tourismus- Services. Diese Gelegenheit bietet die Möglichkeit alles in einem Paket zu bekommen: Flugtickets, Transport im Land, Verpflegung, Versicherung, Aktivitäten und Unterkunft.
- Das Unternehmen bietet Möglichkeiten für Kunden als Leichtigkeit des Reisens
- Es ist nicht mehr nötig, an Essen und Aufenthalt zu denken. Jetzt bietet unser Unternehmen die Möglichkeit, den Wert davon im Paket zu zahlen mit Kreditkarte, EC-Karte, PayPal und Bargeld (Überweisung).
- Unser Unternehmen ist eine wirtschaftliche Organisation zur Bereitstellung eines Dienstes gewidmet immer die Kundenbedürfnisse mit Qualität und gutem Service zu erfüllen.

Preis

Sie haben erschwingliche Pakete für alle Arten von Reisenden wie zum Beispiel:

Paket 1

8 Tage- 7 Nächte alles inklusive. \$ 6.200.000

Tickets Deutschland-Bogotá -Deutschland.

Unterkunft: Prominente Hotel.

Prominente Hotel. Es befindet sich in Bogota, gegenüber dem Gimnasio Moderno, 2 km von der Zona Rosa. El Dorado International Airport - Bogotá ist 15 km, der Ort liegt nur 10 km vom historischen Stadtzentrum entfernt.

Die Zimmer verfügen über einen Sitzbereich mit Sofa, LED-Kabel-TV und einen Schreibtisch und eine Küche mit Mikrowelle, Kühlschrank und Geschirr.

Das Hotel verfügt über Parkplätze und 24-Stunden-Rezeption. Es gibt auch einen

Shuttleservice.

Der Service beinhaltet: Frühstück und Mittagessen.

Aktivitäten

Tabelle 11. Aktivitäten Paket

TAG 2	TAG 3	TAG 4	TAG 5	TAG 6	TAG 7
Museo Nacional	Museo de la Salle	Spaziergänge in der Natur	Aufstieg zum Monserrate	Besuchen der casa de nariño	Fahrradtouren
Museo del Oro	Museo de la Esmeralda		Besuch der Cerro de Guadalupe	Chorro de quevedo	
Museo de Botero	casa de la moneda			Parque Santander	
Museo de Arte Moderno	Museo de la Policía			Parque de los periodistas	
Museo de Historia Natural	Museo Militar				
Planetario de Bogotá	Museo de la Independencia				
Quinta de bolívar	casa del florero				
Museo Santa Clara					

Paket 2

5 Tage- 4 Nächte \$ 4.800.000

Tickets Deutschland-Bogotá -Deutschland.

Unterkunft: Real Hotel

Real Hotel. Es ist befindet sich in Bogota, der Ort liegt nur 30 km vom Historischen Stadtzentrum. Die Zimmer verfügen über einen Sitzbereich mit Sofa, LED-Kabel-TV und einen Schreibtisch und eine Küche mit Mikrowelle, Kühlschrank und Geschirr.

Das Hotel verfügt über Parkplätze und 24-Stunden-Rezeption. Es gibt auch einen Shuttleservice.

Der Dienst beinhaltet weder Frühstück noch Mittagessen.

Aktivitäten

Tabelle 12. Aktivitäten Paket 2

TAG 2	TAG 3	TAG 4
Museo Nacional	Museo de la Salle	Spaziergänge in der Natur
Museo del Oro	Museo de la Esmeralda	Aufstieg zum Monserrate
Museo de Botero	casa de la moneda	
Museo de Arte Moderno	Museo de la Policía	

Was bietet die Konkurrenz?

Untersuchung von Reisebüros über online und in der Branche könnte sicherstellen, dass keine Agenturen Pakete oder so vollständig wie unsere Agentur Pläne bietet, einige bieten nur eine Möglichkeit, Tickets Hin und zurück plus Hosting aber nicht enthalten Lebensmittel, andere bieten touristische Pläne, die nur eine Rundgang in der Stadt erhalten, diese getrennten Dienste erhalten eine viel höhere Kosten als bei uns. Wir haben zum Beispiel bei der Suche feststellen, dass Despegar Pläne bietet, die Flugkosten und Unterkunft, aber das Essen hat zusätzliche Kosten, Wert dieses Plans ist es etwa \$4.000.000 für 8 Tage aber der Preis ändert nach Hotel, da die Pläne im historischen Zentrum ungefähr Preise zwischen \$350.000 und \$500.000 finden konnten,

Die oben führt uns zu der Annahme, dass die Dienstleistungen, die wir anbieten, sind einzigartig gemacht von der Vielfalt und der umfassenden Art und Weise, in der das öffentliche Angebot, neben unseren Preisen für jedermann erschwinglich sind.

Werbung und Verkaufsförderung

Es ist gerade online, weil über das Internet können wir erreichen unsere Kunden direkt und klar. Hierdurch können wir alle direkten Kunden erreichen auch erfassen wir die Aufmerksamkeit auf Preis und auf besondere Angebote. Unsere Direktkunden, die interessiert sind, unsere Tour-Pakete zu kaufen, suchen Webseiten, um sich über Kolumbien zu erkunden, und unsere Kultur und Bräuche zu kennen.

Vertriebskanäle

Unser Unternehmen behandelt Direkt Vertriebskanal, um Kunden zu erreichen, durch den Gebrauch von Werbung auf sozialen Netzwerken. Abkommen mit vielen Hotels auf unserer Webseite zu haben. Das hilft uns, unzählige Kunden zu gewinnen. mit denen wir unsere Dienstleistungen vermerkten.

Kreative Strategie

Produkt-ID

Aviatour ist ein Geschäft. Es bietet touristische Pakete gerichtet an die Deutschen, die kommen nach Bogotá zu besuchen.

Kommunikationsziel

Personen im Alter zwischen den 28 und 44 Jahre anziehen, die in Bogotá reisen wollen und unsere Dienste kaufen, um auf diese Weise zu erreichen, dass der Verkauf der touristischen Pakete in unserer Gesellschaft Minimum um 30 % im Monat erhöht.



Figura 1. Firmenslogan

Kreative Richtlinien

Farbe und Bild

Unser Unternehmen gewählt eine Mischung aus Farben und Bilder, weil diese ein wenig von jedem Wahrzeichen der Stadt und auch sie repräsentieren die Kultur und die kolumbianische Kreativität.

Ton der Kommunikation

Unsere Botschaft ist informativ und argumentativ. Wir bieten notwendigen Informationen für potenzielle Kunden, um unseren Service öffentlich zu machen, weil wir mit Argumenten über Tourismus und unsere Dienste informieren.

„Interkulturellen Begegnung“

Wir haben uns für die interkulturelle Begegnung als kreatives Konzept entschieden, da Bogota abgesehen als Metropole ist. Es ist das Herz von Kolumbien wegen seinem multikulturellen Umfeld, dass begrüßt Menschen aus der ganzen Kolumbien und der Welt.

Es ist eine moderne Stadt sondern auch beibehalten Kolonialarchitektur in der Mitte der Stadt.

In Bogotá können Sie machen verschiedene Aktivitäten, allen zu gefallen, in unserer Stadt sind verschiedene Museen, Kunstzentren und freien Ausdruck, es ist ein Ort, wo man jeden Winkel der Hauptstadt zu erkunden.

Unsere Website

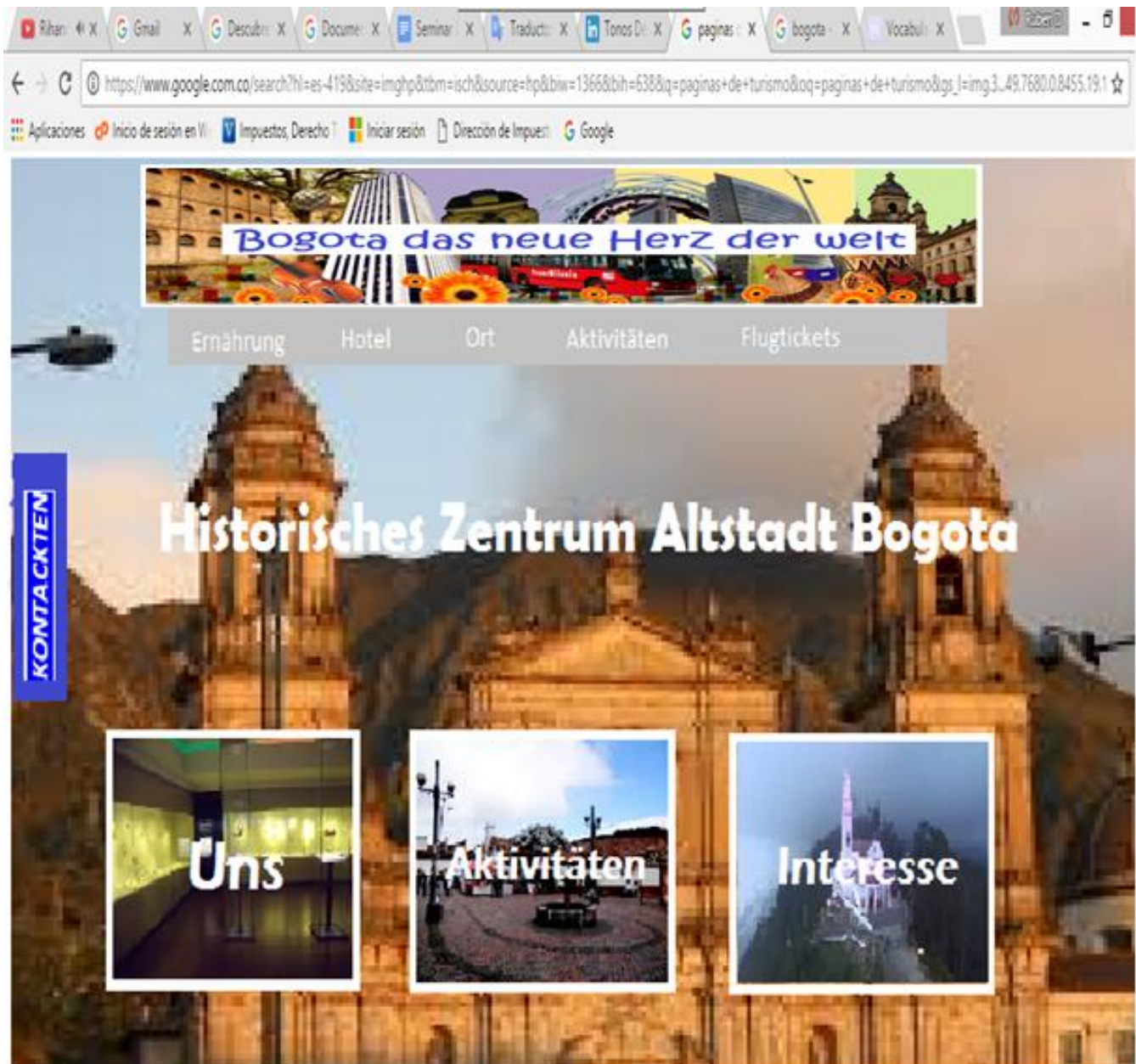


Figura 2. Unternehmens-Website

Referenzen

Sitio Oficial de instituto distrital de turismo Bogotá (2016). Quienes somos. Abgerufen von <http://www.bogotaturismo.gov.co/quienes-somos>

Sitio Oficial de Alcaldía Mayor De Bogotá (2016) historia de las calles de la candelaria. Abgerufen von <http://www.bogota.gov.co/content/temas-de-ciudad/cultura-y-recreacion/la-bella-historia-de-las-calles-de-la-candelaria>

Sitio Oficial de Alcaldía local de la candelaria. (2016) quienes somos. Abgerufen von <http://www.lacandelaria.gov.co/index.php/quienes-somos/horizonte-institucional/2013-09-24-12-49-06>

Sitio Oficial de la candelaria. (2016). Abgerufen von <http://www.lacandelaria.info/>

Webgraphie

<http://www.bogotaturismo.gov.co/>

https://prezi.com/rcdhgqfuf_bq/despegarcom/

<http://ww2.mincetur.gob.pe/turismo/>

<http://bogotaturismo.gov.co/quienes-somos>

<https://descubriramerica.wordpress.com/>

<http://bogotaturismo.gov.co/quienes-somos>

BILDTABELLE

Tabelle 1. Struktur von Distritalem Institut	8
Tabelle 2. Tourangebote	9
Tabelle 3. Tourangebote	10
Tabelle 4. Routine von Montag	11
Tabelle 5. Routine von Samstag	12
Tabelle 6. Routine von Mittwoch	12
Tabelle 7. Routine von Sonntag	13
Tabelle 8. Marktpositionierung 1	14
Tabelle 9. Marktpositionierung 2	14
Tabelle 10. Marktpositionierung 3	15
Tabelle 11. Aktivitäten Paket.....	18
Tabelle 12. Aktivitäten Paket 2.....	19
Figura 1. Firmenslogan	21
Figura 2. Unternehmens-Website	23