

Marketing mit Köpfchen

Große Wirkung mit geringem Aufwand

LAURA BROCKHOFF

A professional portrait of a young woman with long, wavy brown hair, smiling gently. She is wearing a ribbed, olive-green short-sleeved top. The background is a soft, out-of-focus light blue.

Hi, ich bin Laura!

Marketing Manager & Visual Storyteller

LAURA BROCKHOFF

Übersicht

Teil 1

Einführung ins Thema

Teil 2

Positionierung und Zielgruppe

Teil 3

Kosteneffiziente
Marketing-Strategien

Teil 4

Social Media

Teil 5

Zeitsparende Tools

Teil 6

Smarte Budgetplanung

Teil 7

Stressfreie Umsetzung

LAURA BROCKHOFF

Teil 1

Einführung ins Thema

LAURA BROCKHOFF

Wer von euch fühlt sich manchmal *überfordert*
mit dem ganzen „Marketingkram“?
Wer denkt, dass er oder sie zu *wenig Zeit*
oder *Budget* dafür hat?

Die größten Herausforderungen

ZEITMANGEL

BEGRENZTES BUDGET

FEHLENDES KNOW-HOW

A dark, moody background featuring large, tropical green leaves, possibly palm fronds, arranged in a dense, overlapping pattern across the entire frame.

Marketing muss nicht kompliziert
oder teuer sein – wenn man weiß,
worauf es ankommt!

LAURA BROCKHOFF

Smartes Marketing

EINS

Effizienz statt Perfektion

Besser regelmäßig sichtbar sein, als monatelang an einer perfekten Kampagne arbeiten.

ZWEI

Automatisierung und Wiederverwendung

Was habt ihr schon an Content, den ihr verwenden könnt? Ein Blogartikel kann in Social Media Posts, E-Mail Newsletter und Videos umgewandelt werden.

DREI

Hebelwirkung nutzen

Gute Netzwerke und Kooperationen helfen, eure Reichweite ohne Werbung zu vergrößern.

LAURA BROCKHOFF

Teil 2

Die Basis: Klare Positionierung und Zielgruppe

LAURA BROCKHOFF

An aerial photograph of a coastal landscape featuring large, light-colored sand dunes. The dunes are textured and show signs of erosion. Dark, shadowed areas, likely from vegetation or a low-angle sun, are visible on the left and bottom left. A small, dark, thin figure of a person is walking on the sand on the right side of the frame.

Eine *klare Positionierung* sorgt
für weniger Wettbewerb und
gezielte Kundenansprache.

LAURA BROCKHOFF

Wenn du *alle* ansprichst,
fühlt sich *niemand* angesprochen.

LAURA BROCKHOFF

*Know Your Audience.
Speak Their Language.
Meet Their Needs.*

LAURA BROCKHOFF

SCHWACHE POSITIONIERUNG

„Ich bin Coach für
Persönlichkeitsentwicklung.“

LAURA BROCKHOFF

STARKE POSITIONIERUNG

„Ich helfe Selbstständigen,
ihre inneren Blockaden zu lösen
und souverän aufzutreten.“

LAURA BROCKHOFF



Je klarer deine Positionierung,
desto einfacher ist dein Marketing!

LAURA BROCKHOFF

DEFINITION DES ZIELMARKTES

Statt viel Geld für „alle“ zu verschwenden, konzentrieren wir uns auf die Menschen, die auch wirklich *potenzielle Kunden* sind.



Zielmarktanalyse durchführen

WER IST DEIN IDEALER KUNDE?

WAS SIND SEINE PROBLEME, WÜNSCHE?

WELCHE KANÄLE NUTZT ER?

WAS HÄLT IHN VOM KAUF AB?

LAURA BROCKHOFF



Dein USP ist die
Superkraft deiner Marke.

LAURA BROCKHOFF



Stell dir vor ...

Ein perfekter Elevator Pitch

ICH HELFE **[ZIELGRUPPE]**, **[PROBLEM]** ZU LÖSEN, INDEM ICH **[LÖSUNG]** ANBIETE.

LAURA BROCKHOFF

Key-Learnings

Klare Positionierung = weniger Konkurrenz = bessere Kunden!

Die richtige Zielgruppe spart dir Zeit und Geld!

Ein klarer Elevator Pitch macht dich sofort überzeugend!

Teil 3

Kosteneffiziente Marketing-Strategien

LAURA BROCKHOFF

Ohne *Marketing* bleibt die
beste Marke ein *Geheimtipp*.

LAURA BROCKHOFF

Digitale Marketing Kanäle

OWNED MEDIA

Website
Blog
E-Mail
Soziale Medien
Mobile Apps
Podcasts
Flyer (Print)

PAID MEDIA

Social Media Ads
Google Ads
Display Werbung
Influencer Marketing
Native Advertising
Print-Anzeigen
Programmatic Advertising

EARNED MEDIA

Presseberichte
Social Media Shares
Kundenbewertungen
Mundpropaganda
Backlinks

SHARED MEDIA

Social Media Interaktionen
Communities & Foren
User-Generated Content
Hashtag-Kampagnen

Zielgerichtetes Content-Marketing

ERSTELLUNG VON NISCHEN-INHALTEN

WERTVOLLE UND LEHRREICHE INHALTE

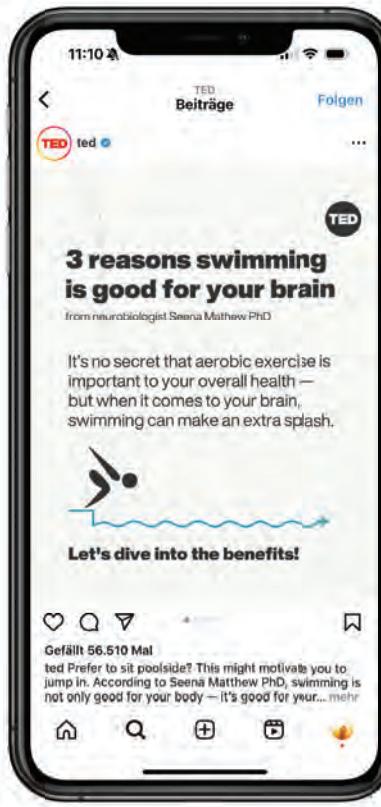
LAURA BROCKHOFF

Beispiele.

TOO GOOD TO GO



TED



LAURA BROCKHOFF

CONTENT-STRATEGIE

Statt immer wieder neue
Inhalte zu erstellen,
nutzen wir bestehende
Inhalte mehrfach.

LAURA BROCKHOFF



Aus einem guten *Blog-Artikel* oder
langem LinkedIn Post entstehen
5 Social Media Beiträge.

LAURA BROCKHOFF

Nimm ein *Kundengespräch* auf
und schneide es in kleine
Social Media Clips.

LAURA BROCKHOFF

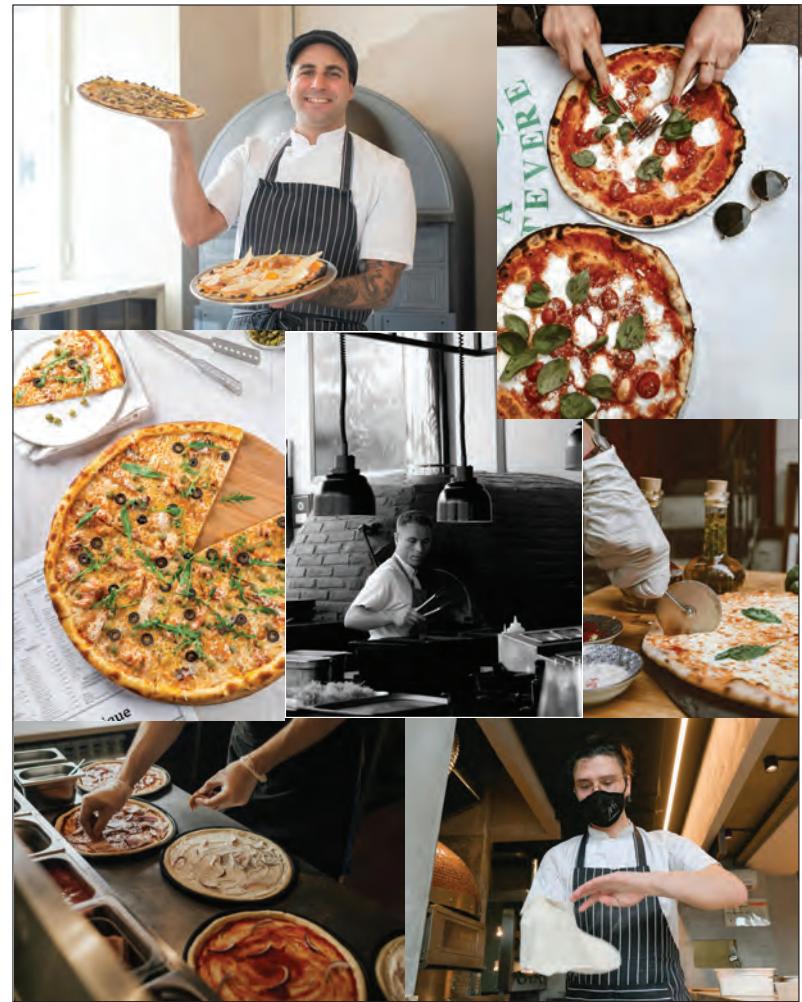
Hast du eine gute *E-Mail an Kunden* geschrieben? Verwende die Inhalte für Social Media oder einen Blog-Beitrag.

VISUELLER CONTENT

Ein Bild sagt mehr als Tausend
Worte. Es ist der Schlüssel zum
emotionalen Marketing.

LAURA BROCKHOFF

Stell dir vor...



Warum ist *visueller Content* für dein Marketing entscheidend?

LAURA BROCKHOFF



SCHNELLERE INFORMATIONSAUFAHME

Menschen verarbeiten visuelle Informationen 60.000-mal schneller als Text. Ein gutes Bild oder Video kann komplexe Inhalte in Sekunden vermitteln.

LAURA BROCKHOFF



WIDERERKENNUNGSWERT

Visuelle Inhalte, die konsequent im Look and Feel einer Marke gestaltet sind, stärken das Branding und sorgen für Widererkennungswert.

LAURA BROCKHOFF



EMOTIONALE VERBINDUNG

Ein Bild das Emotionen vermittelt,
bleibt länger im Gedächtnis.

LAURA BROCKHOFF

A high-angle aerial photograph of a coastal cliff. The cliff face is light-colored with visible horizontal sedimentary layers and some green moss or algae. The base of the cliff meets a vibrant turquoise sea. The water is slightly choppy, with white foam where it meets the rock. The overall scene is natural and scenic.

VERTRAUEN SCHAFFEN

Authentische Bilder und Videos vermitteln
Glaubwürdigkeit und bauen Vertrauen zur
Zielgruppe auf.

LAURA BROCKHOFF



PROFESSIONELLE QUALITÄT

Hochwertig produzierte Bilder und Videos
heben deine Marke von der Konkurrenz ab.
Sie beeinflussen direkt, wie deine Marke
wahrgenommen wird: Professionell!

LAURA BROCKHOFF

Visueller Content, der gut durchdacht ist und zielgerichtet eingesetzt wird, kann *Neugier* wecken, *Aufmerksamkeit* erregen und zu *Handlungen* motivieren.

SEO

WIE DU DEIN UNTERNEHMEN MIT SEO KOSTENLOS
AUF GOOGLE SICHTBAR MACHST!

LAURA BROCKHOFF

Stell dir vor...

SEO ist so, als würdest du dafür sorgen,
dass dein Laden in den besten Straßen
der Stadt liegt und ein großes, auffälliges
Schild hat, damit mehr Leute ihn sehen
und reinkommen.

SEO-Bausteine.

GOOGLE MY BUSINESS

KEYWORDS

INHALTE

TECHNISCHE OPTIMIERUNG

BACKLINKS

LAURA BROCKHOFF

E-Mail Marketing

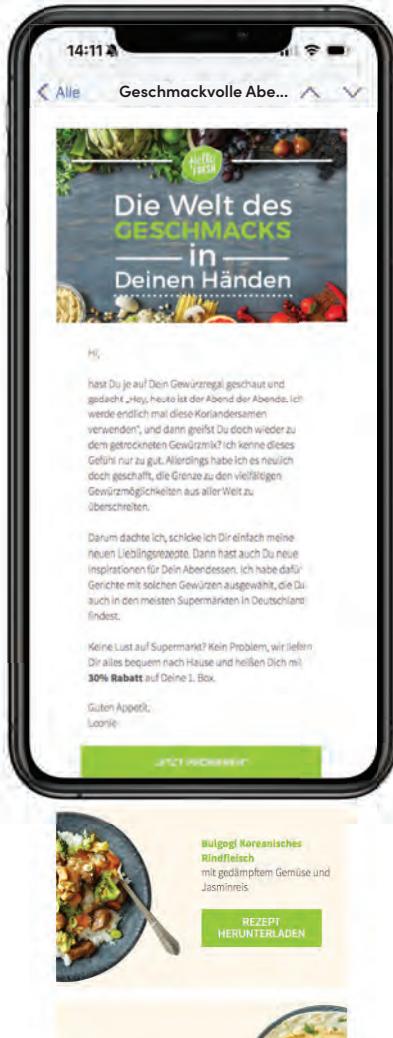
GEZIELTE NEWSLETTER-KAMPAGNEN

PERSONALISIERUNG

LAURA BROCKHOFF

Beispiele.

HELLO FRESH



LAURA BROCKHOFF

Besandteile.

GUTE BETREFFZEILE

VISUELL ANSPRECHEND

KLARE STRUKTUR

ANGEBOTE UND RABATTE

PERSONALISIERUNG

KONTAKTINFO

RELEVANTE INHALTE

ABMELDEOPTION

CALL-TO-ACTION (CTA)

REGELMÄSSIGKEIT

Kundenfeedback und -bindung

SAMMLUNG UND NUTZUNG VON FEEDBACK

LOYALITÄTSPROGRAMME

LAURA BROCKHOFF

Beispiele.

BOOKING.COM

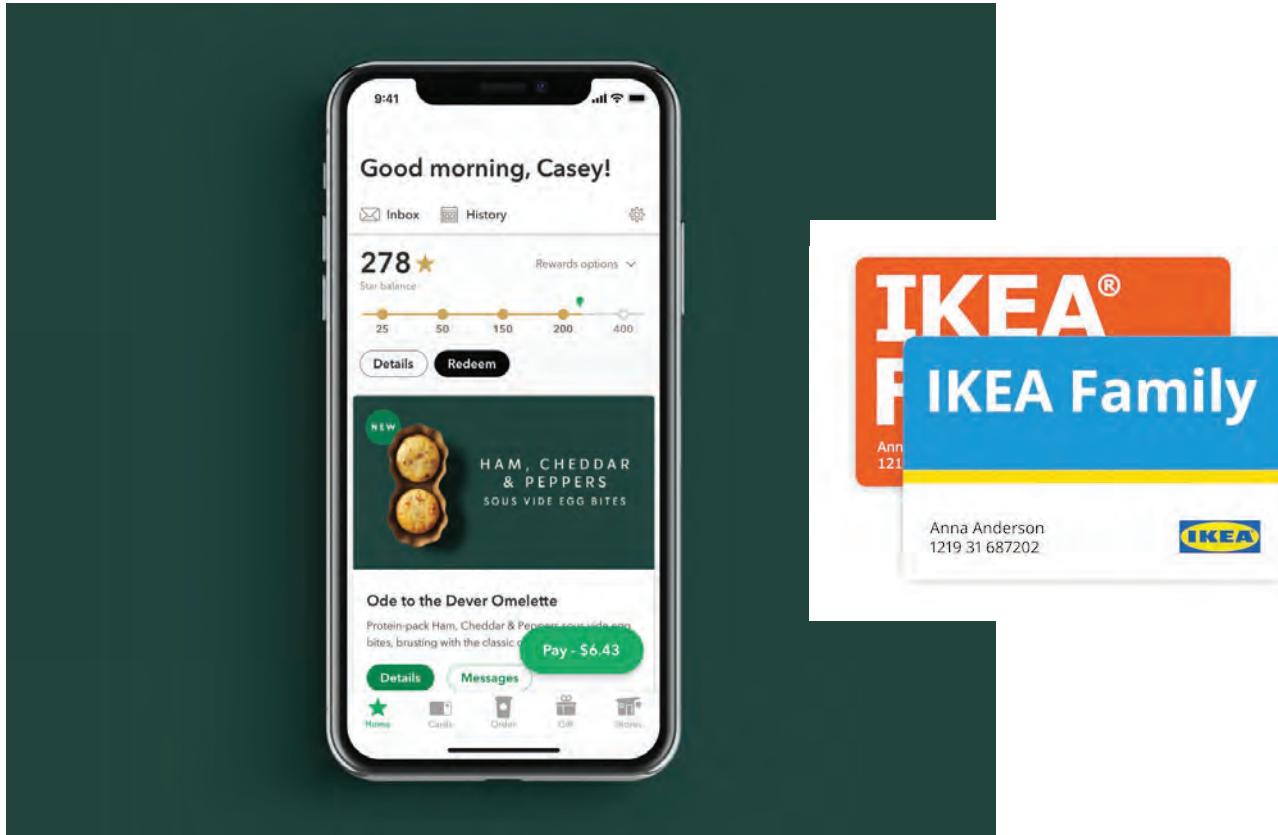
Four travel reviews from Booking.com are displayed, each with a circled rating score and a green circle highlighting the score.

- Appartmentshaus Dual - 2**
Österreich, Hermagor
9.4 Herrschaftlich · 177 Bewertungen
- Casa Rural La Marquesa - Cuenca**
Spanien, Valera de Abajo
9.5 Außergewöhnlich · 62 Bewertungen
- Trockenkasten Hollnhof**
Österreich, Ilgenberg
9.9 Außergewöhnlich · 81 Bewertungen
- Montand Sporthotel**
Belgien, Luisbergen
8.9 Fabulous · 697 Bewertungen

LAURA BROCKHOFF

Beispiele.

STARBUCKS & IKEA



LAURA BROCKHOFF

Nachhaltiges Marketing

SEO & GOOGLE MY BUSINESS

Optimiere deine Website
für Suchmaschinen

LANGFRISTIGE INHALTE

Blogartikel, Evergreen-Content
auf Social Media & Co

KUNDENNETZWERKE PLEGEN

Aufbau einer starken Community
bringt langfristig die besten Kunden

LAURA BROCKHOFF



ERFOLGREICHES MARKETING

Um nachhaltig erfolgreich zu sein,
braucht es ein *ganzheitliches Konzept*,
das die Stärken mehrerer Marketing-Tools
clever kombiniert.

LAURA BROCKHOFF

Die Wahl deiner Strategie und
Kanäle hängt dabei maßgeblich
von deiner Zielgruppe und
deiner Markenbotschaft ab.

Teil 4

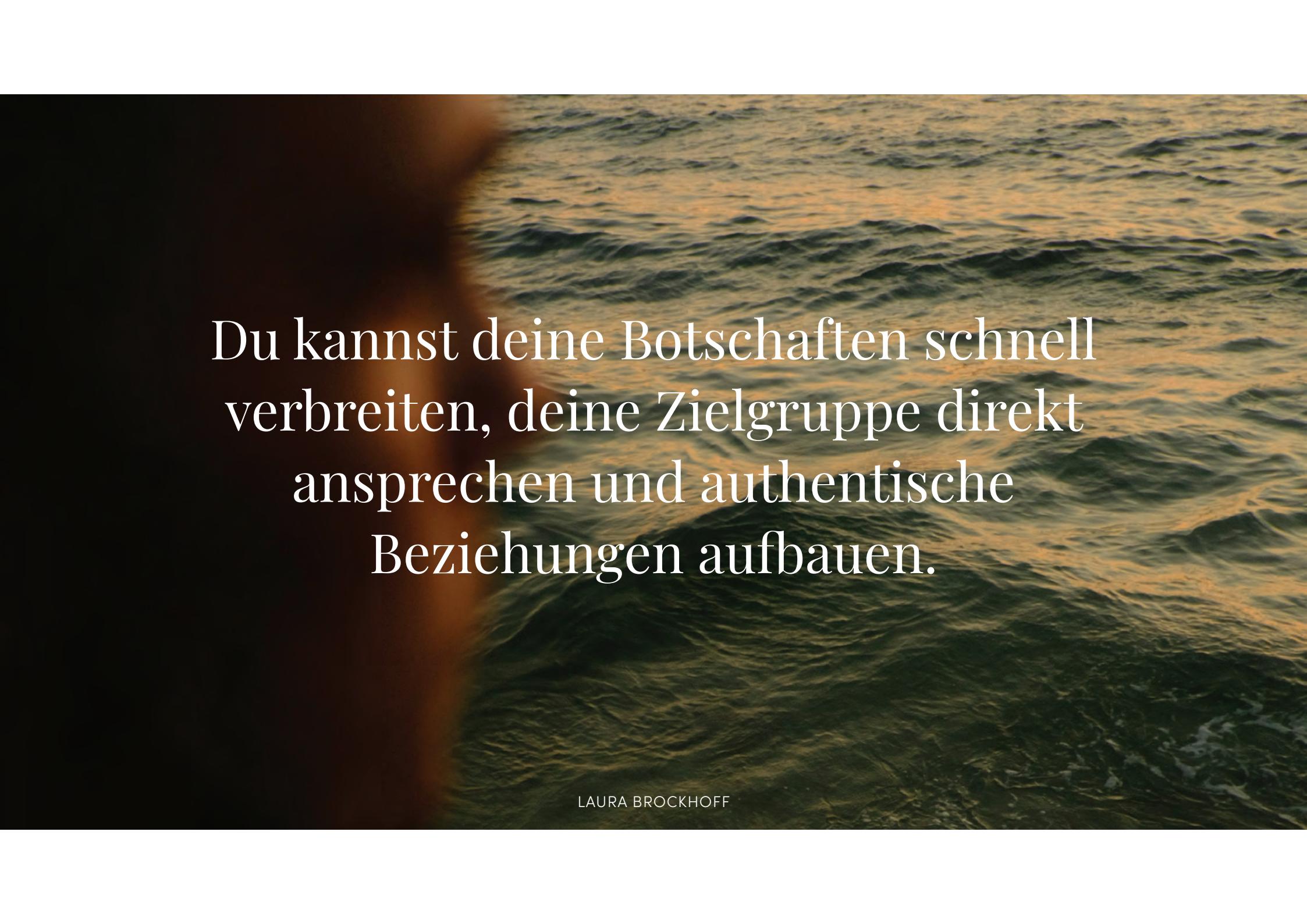
Social Media: Strategisch sichtbar werden

LAURA BROCKHOFF

A wide-angle aerial photograph of a coastal landscape. The upper half of the image is dominated by a vast, calm sea with a light blue-green tint. In the lower right, a dark, sandy beach curves along the shore. A small, traditional-style sailboat with a single mast and a single sail is positioned in the upper left quadrant of the frame, its long shadow cast across the water. The horizon line is visible in the distance.

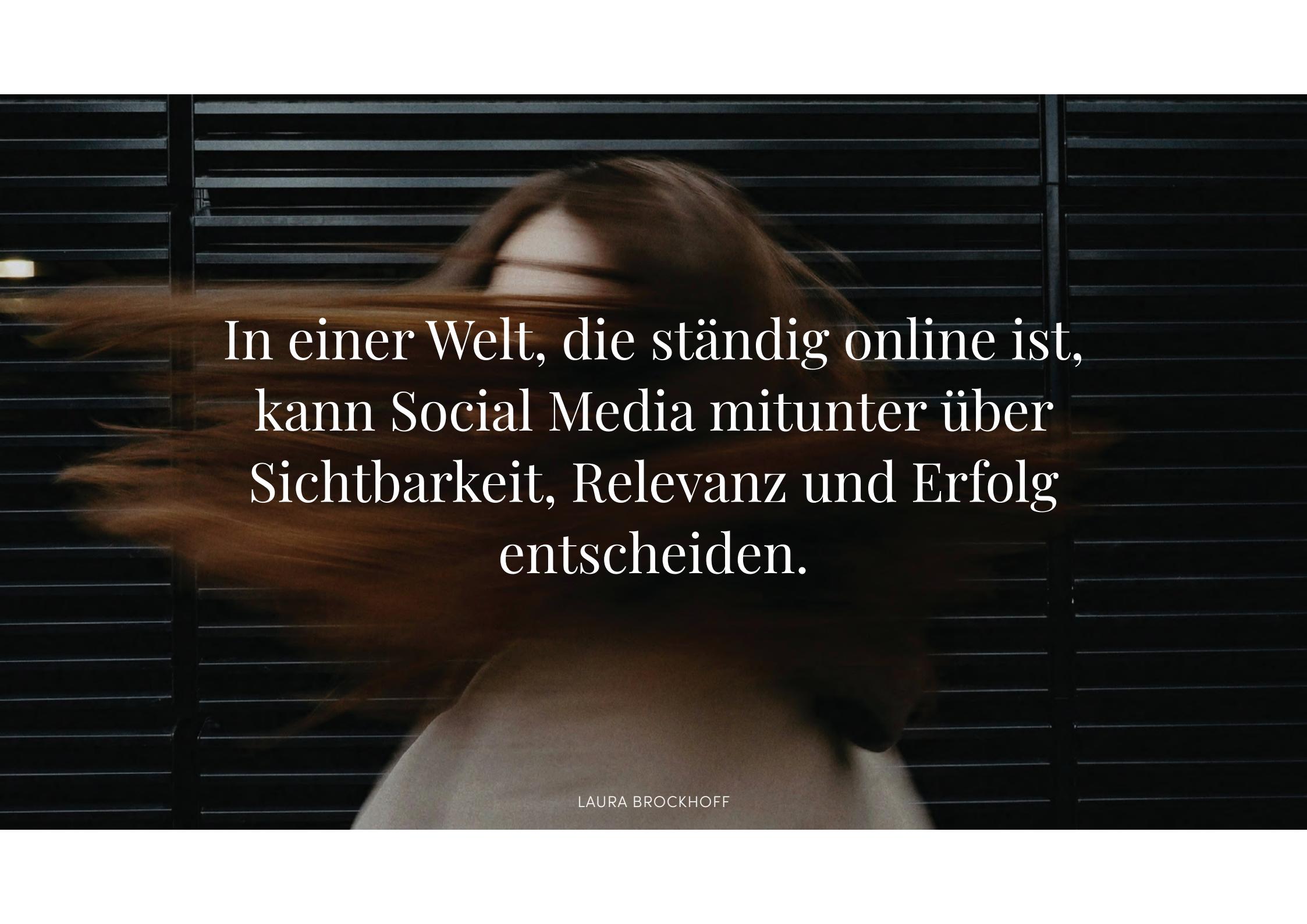
Auf Social Media treffen Kreativität
und Reichweite aufeinander.

LAURA BROCKHOFF



Du kannst deine Botschaften schnell
verbreiten, deine Zielgruppe direkt
ansprechen und authentische
Beziehungen aufbauen.

LAURA BROCKHOFF

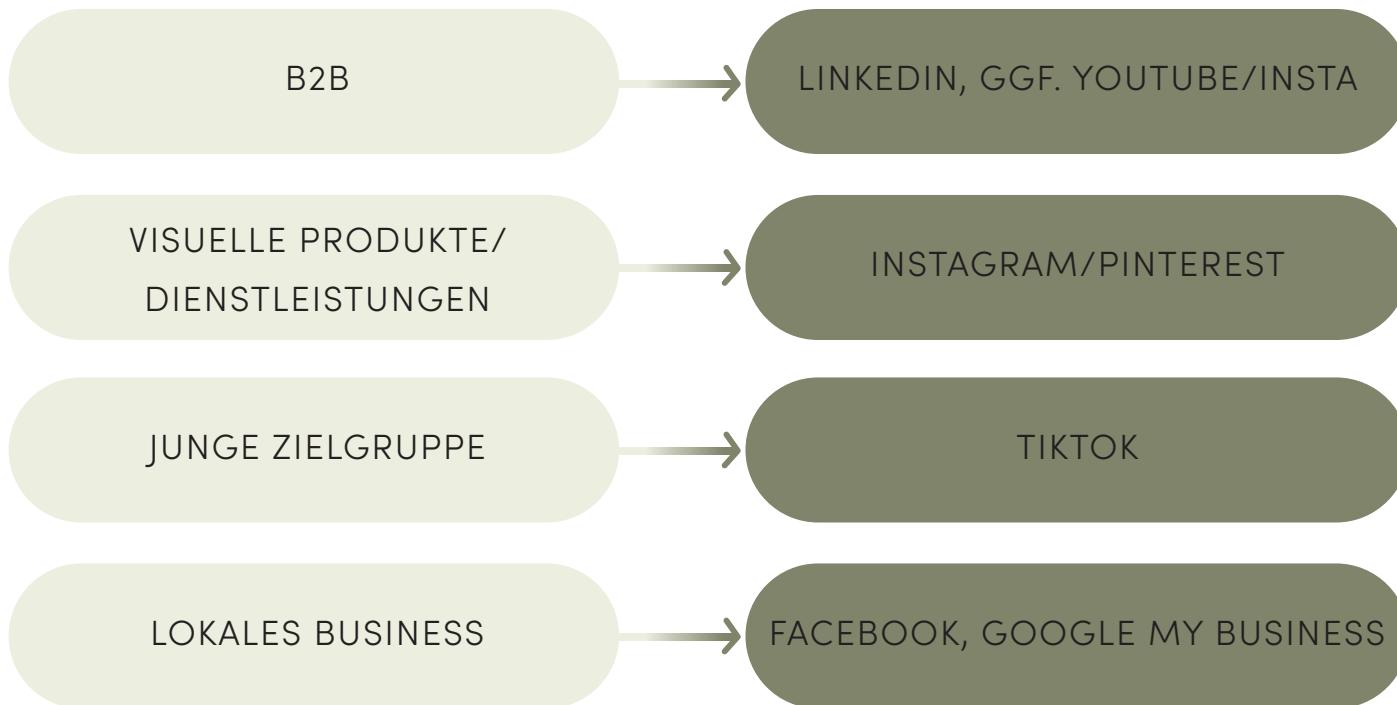


In einer Welt, die ständig online ist,
kann Social Media mitunter über
Sichtbarkeit, Relevanz und Erfolg
entscheiden.

LAURA BROCKHOFF

„Ich muss auf Instagram, Facebook,
TikTok, LinkedIn, YouTube
... überall sein!“

Welche Plattform?



Warum scheitern viele Social Media Strategien?

KEIN KLARES THEMA

„Ich weiß nicht, worüber ich posten soll“

KEIN NUTZEN FÜR DIE ZIELGRUPPE

„Ich poste nur über mich, nicht über den Mehrwert für meine Kunden“

ZU WERBLICH

„Niemand folgt einem Unternehmen, das nur Werbung postet“

Wertvoller Wissens-Content | Expertise

QUICK-TIPPS, HACKS, DO'S & DON'TS

TUTORIALS („SO MACHST DU XY RICHTIG“)

FEHLER VERMEIDEN („3 FEHLER, DIE DU BEI XY NICHT MACHEN SOLLTEST“)

LAURA BROCKHOFF



Perönlicher Einblick | Behind the scenes

ARBEITSALLTAG, MAKING-OFF DEINER ARBEIT

DEINE WERTE & MOTIVATION

„WARUM ICH DAS MACHE, WAS ICH MACHE“

LAURA BROCKHOFF

Kunden-Erfolgsgeschichten Social Proof

VORHER/NACHHER BILDER

KUNDENBEWERTUNGEN & ERFOLGSGESCHICHTEN

ERFAHRUNGSBERICHTE VON NUTZERN



LAURA GROCKHORN



Interaktiver Content | Engagement

UMFRAGEN, QUIZ ETC.

MINI-CHALLENGES („TAGGE EINE PERSON, DIE DAS WISSEN SOLLTE!“)

„WAS DENKT IHR?“ - OFFENE FRAGEN

LAURA BROCKHOFF



Story selling

„FÜR WEN IST MEIN ANGEBOT IDEAL?“

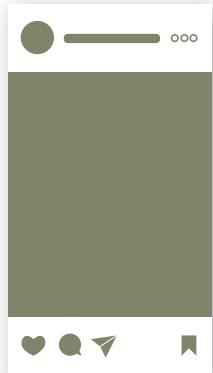
„SO FUNKTIONIERT MEINE ZUSAMMENARBEIT“

„ICH HABE 3 FREIE SLOTS FÜR XY - JETZT BUCHEN“

LAURA BROCKHOFF

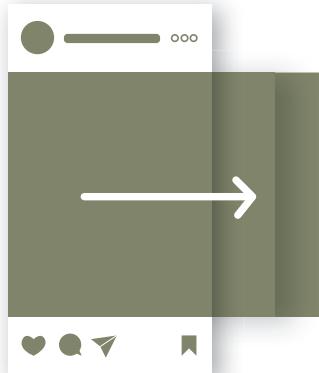
Verschiedene Formate

EINZEL-POSTS



Markenbotschaft,
Zitate, CTAs

CAROUSEL-POSTS



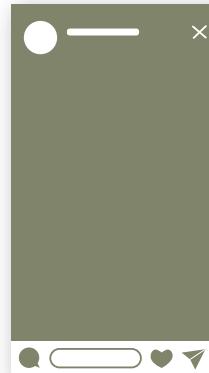
Mehrwert
Fachwissen

REELS



Hohe Reichweite,
virales Potential

STORIES



Authentizität
schnelle Interaktionen

POST 1

EXPERTISE
(TIPPS, KNOW-HOW)

POST 2

PERSÖNLICHER EINBLICK
(BTS, STORYTELLING)

POST 3

VERKAUFS-/CALL TO ACTION
(ANGEBOT, TERMINBUCHUNG)

LAURA BROCKHOFF

MONTAG

Die 3 größten Fehler bei XY –
und wie du sie vermeidest.

POST 2

PERSÖNLICHER EINBLICK
(BTS, STORYTELLING)

POST 3

VERKAUFS-/CALL TO ACTION
(ANGEBOT, TERMINBUCHUNG)

LAURA BROCKHOFF

MONTAG

Die 3 größten Fehler bei XY –
und wie du sie vermeidest.

MITTWOCH

So sieht mein Arbeitsplatz aus –
ein Blick hinter die Kulissen.

POST 3

VERKAUFS-/CALL TO ACTION
(ANGEBOT, TERMINBUCHUNG)

LAURA BROCKHOFF

MONTAG

Die 3 größten Fehler bei XY – und wie du sie vermeidest.

MITTWOCH

So sieht mein Arbeitsplatz aus – ein Blick hinter die Kulissen.

FREITAG

Ich habe noch 2 Plätze frei für XY – jetzt buchen!

Wichtige Kennzahlen

FOLLOWER

Ein Indikator für Popularität und Wachstum.

REICHWEITE

Anzahl der einzelnen Nutzer, die deinen Beitrag sehen.

IMPRESSIONEN

Beziehen sich darauf, wie oft Inhalte auf Bildschirmen angezeigt werden.

ENGAGEMENT RATE

Zeigt das Verhältnis von Interaktionen zur Anzahl der Follower.

Wichtige Kennzahlen

FOLLOWER

Ein Indikator für Popularität und Wachstum

REICHWEITE

Anzahl der einzelnen Nutzer, die deinen Beitrag sehen.

IMPRESSIONEN

Beziehen sich darauf, wie oft Inhalte auf Bildschirmen angezeigt werden.

ENGAGEMENT RATE

Zeigt das Verhältnis von Interaktionen zur Anzahl der Follower

Engagement-Rate = $(\text{Engagement insgesamt} / \text{Follower insgesamt}) \times 100$

Engagement-Rate auf Reichweite = $(\text{Gesamt-Engagements} / \text{Gesamt-Reichweite}) \times 100$

Influencer Marketing



LAURA BROCKHOFF

Influencer sind Personen, die durch ihre Präsenz in den sozialen Medien eine große Anzahl an *Menschen* erreichen und *beeinflussen*.



AUTHENTIZITÄT

Influencer-Marketing nutzt die
Glaubwürdigkeit und Reichweite von
Meinungsführern, um einen neuen
Kundenkreis zu erschließen.

LAURA BROCKHOFF

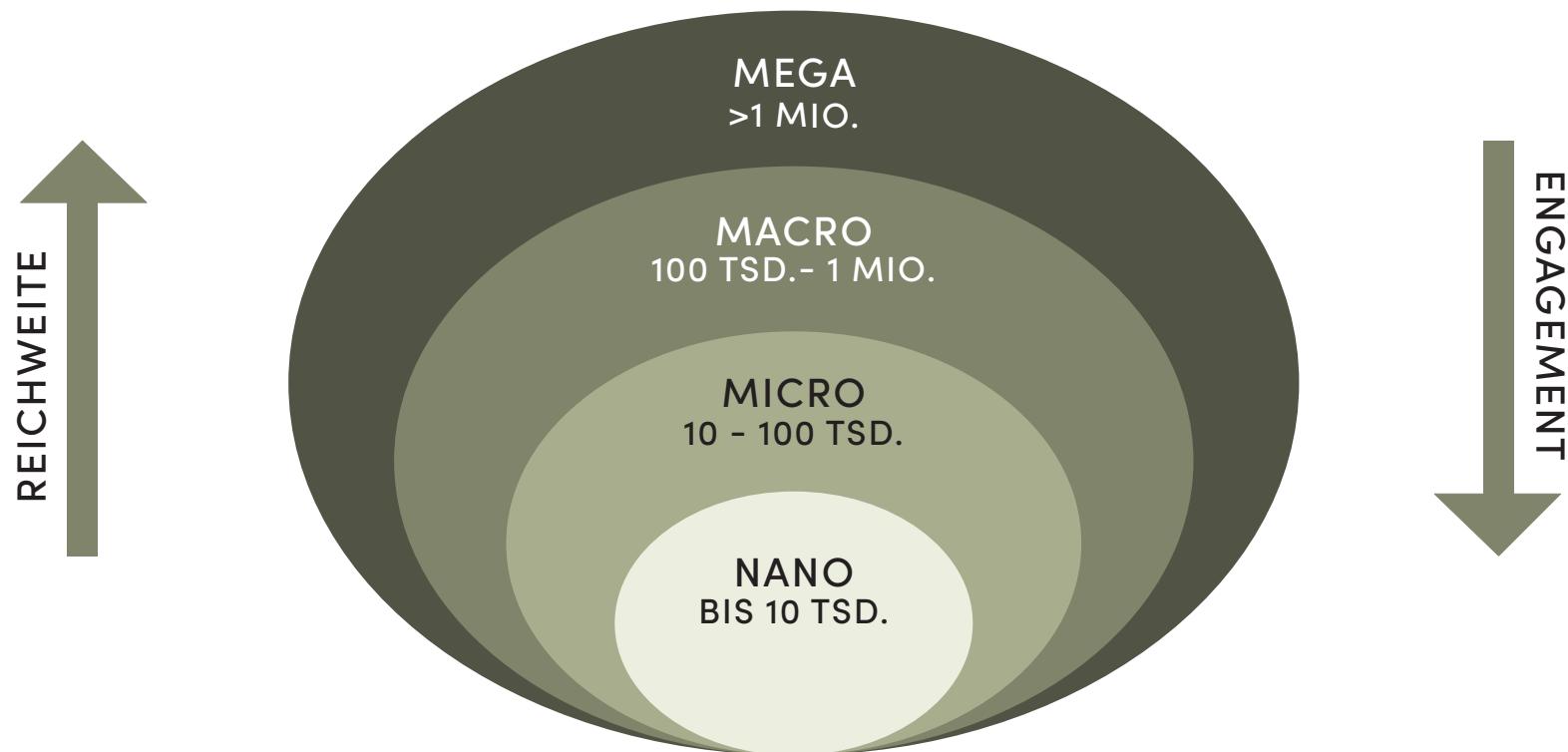
A soft-focus background image showing two hands reaching out from opposite sides towards each other, symbolizing connection or influence.

ZIELGRUPPEN-RELEVANZ

Durch Influencer, die zur Brand passen,
kannst du deine Botschaft gezielt an die
richtige Zielgruppe vermitteln.

LAURA BROCKHOFF

Influencer:innen



	NANO	MICRO	MACRO	MEGA
REICHWEITE	GERING	MITTEL	BEDEUTEND	HOCH
ENGAGEMENT	SEHR HOCH	HOCH	NIEDRIG	NIEDRIG
STREUVERLUST	NIEDRIG	GERING	HOCH	SEHR HOCH
KOSTEN	NIEDRIG	MITTEL	HOCH	HOCH

Wie finde ich die richtigen Influencer?

ACHETE AUF ENGAGEMENT-RATE, NICHT NUR AUF FOLLOWER

WÄHLE LEUTE MIT ECHTER RELEVANZ FÜR DEINE ZIELGRUPPE

SCHREIBE POTENZIELLE PARTNER DIREKT AN

LAURA BROCKHOFF

Mögliche Kooperationen

PRODUKTTESTS & REVIEWS

INSTAGRAM-TAKEOVER

GEMEINSAME LIVE SESSIONS
O. GIVEAWAYS

LAURA BROCKHOFF

Teil 5

Zeitsparende Tools

LAURA BROCKHOFF

Social Media Planung



Planung & Posten
Social Ads
KPIs
Analytics



Feed-Vorschau
Planung
Filter
Hashtags
Statistiken



Planung & Posten
Analysieren
Plattform-Übergreifend
User-generated Content
Textbearbeitung
KPIs & Reportings



Social Management
Social Analytics
Planung & Posten
Social Ads
Kampagnen Optimierung
Reportings
Influencer
Wettbewerbsanalyse
Follower-Analyse

...

Content Erstellung



Vorgefertigte Layouts
Bildbearbeitung
Design-Editor
Veröffentlichen
Content Bibliothek



Videoschnitt
Effekte/Filter
Übergänge
Geschwindigkeit
Text



Videoeditor
Videomaker
Effekte/Filter
KI-Tools
Untertitel
Vorlagen



KI-gestützter Assistent

Teil 6

Smarte Budgetplanung

LAURA BROCKHOFF



Wer hat schon mal Geld in Facebook,
Insta oder Google Ads gesteckt - und
kaum Ergebnisse gesehen?

LAURA BROCKHOFF

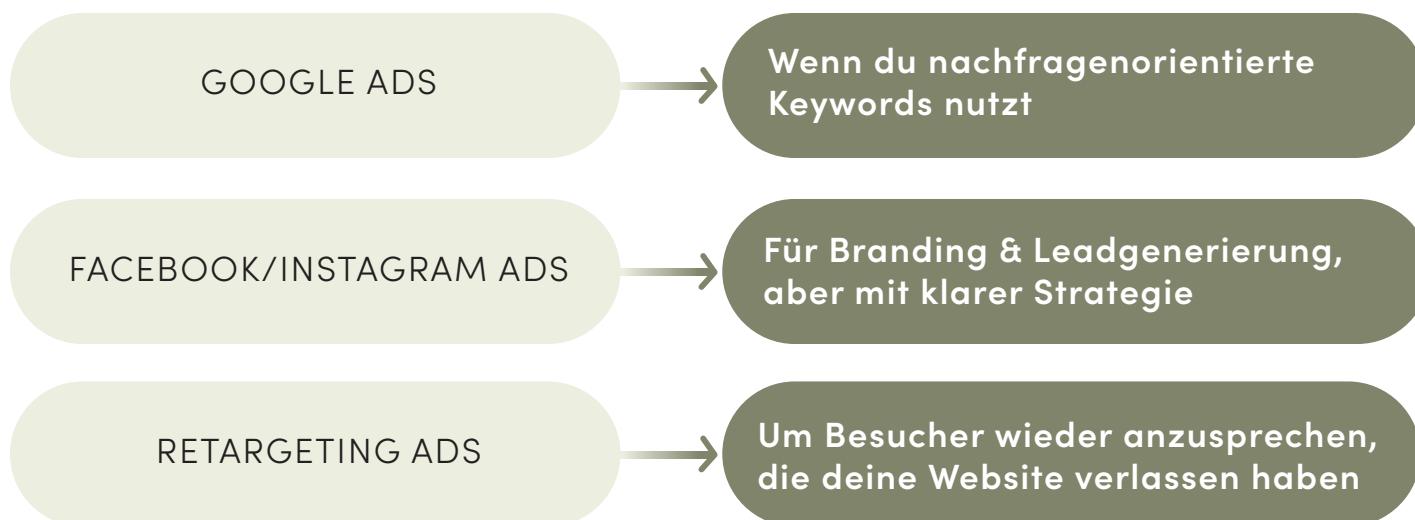
Bezahlte Werbung kann sinnvoll
sein, aber nur, wenn sie
strategisch eingesetzt wird.

Statt Geld einfach auszugeben
müssen wir uns fragen:

HABE ICH EINE KLARE ZIELGRUPPE & BOTSCHAFT?

PASST MEINE WERBUNG ZUR CUSTOMER JOURNEY?

Wann bezahlte Ads?



SOCIAL MEDIA PAID ADS

Mit präzisem Targeting lassen sich spezifische Zielgruppen genau dort erreichen, wo sie sich aufhalten. Und das zu einem Bruchteil der Kosten klassischer Werbekampagnen.

LAURA BROCKHOFF

Neue Kampagne erstellen

Neue Anzeigengruppe oder Anzeige

X

Buchungsart

Auktion

Kampagnenziele auswählen



Bekanntheit



Traffic



Interaktionen



Leads



App-Promotion



Umsatz



Dein Kampagnenziele ist das Geschäftsziel, das du mit dem Schalten deiner Anzeigen anstrebst. Fahre mit der Maus über jedes einzelne Ziel, um mehr darüber zu erfahren.

[Infos zu Kampagnenziele](#)

Abbrechen

Weiter

LAURA BROCKHOFF

SOCIAL MEDIA PAID ADS

Unternehmen können ihre Budgets flexibel anpassen, nur für tatsächliche Interaktionen zahlen und durch detaillierte Analysen den ROI in Echtzeit messen.

LAURA BROCKHOFF

Wichtige Kennzahlen

CTR

Misst, wie oft im Verhältnis zu Gesamtaufrufen geklickt wird.

CPC

Gibt an, wie viel jeder Klick kostet.

FREQUENZ

Zeigt, wie oft dieselbe Anzeige einer Person gezeigt wird.

KOSTEN PRO ERGEBNIS

Gibt an, wie viel es kostet, ein gewünschtes Ziel zu erreichen.



Wann lohen sich Ads?

WENN DU EIN KLARES ANGEBOT HAST

WENN DU DEINE ZIELGRUPPE KENNST

WENN DU EIN KLEINES BUDGET ZUM TESTEN HAST

LAURA BROCKHOFF

Wann solltest du keine Ads schalten?

DIR FEHLT EINE KLARE POSITIONIERUNG

KEINE LANDINGPAGE ODER KLARES ANGEBOT

WENN DU EINFACH NUR „MEHR REICHWEITE“ WILLST

Drei kostenlose Marketing-Strategien

PR & GASTARTIKEL

LINKEDIN & COMMUNITY-ENGAGEMENT

EMPFEHLUNGSMARKETING & KUNDENSTIMMEN

LAURA BROCKHOFF

Teil 7

Umsetzung: So bleibt Marketing stressfrei & effizient

LAURA BROCKHOFF

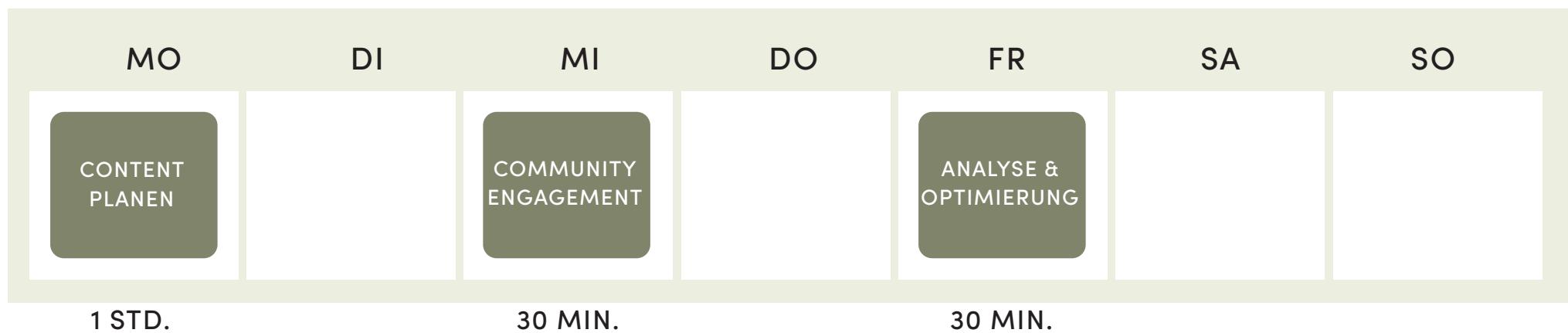
Warum viele an Marketing scheitern

SIE HABEN KEINEN PLAN

SIE WOLLEN ZU VIEL AUF EINMAL UMSETZEN

SIE SETZEN SICH ZU HOHE ERWARTUNGEN

Ein einfaches, aber effektives Wochen-System



Marketing in 3 Schritten umsetzen

MARKETINGZIEL DEFINIEREN

*Was möchte ich mit
meinem Marketing diese
Woche/Monat erreichen?*

**Mehr Sichtbarkeit?
Kundenbindung stärken?
Neue Leads generieren?**

LAURA BROCKHOFF

Marketing in 3 Schritten umsetzen

MARKETINGZIEL DEFINIEREN

*Was möchte ich mit
meinem Marketing diese
Woche/Monat erreichen?*

**Mehr Sichtbarkeit?
Kundenbindung stärken?
Neue Leads generieren?**

INHALTE PLANEN

*Welche Social Media Posts
kann ich vorbereiten?*

Kann ich Content recyclen?

Brauche ich Paid Ads?

Marketing in 3 Schritten umsetzen

MARKETINGZIEL DEFINIEREN

*Was möchte ich mit
meinem Marketing diese
Woche/Monat erreichen?*

**Mehr Sichtbarkeit?
Kundenbindung stärken?
Neue Leads generieren?**

INHALTE PLANEN

*Welche Social Media Posts
kann ich vorbereiten?*

Kann ich Content recyceln?

Brauche ich Paid Ads?

UMSETZUNG (MIT TOOLS)

*Welche Tools helfen mir,
Zeit zu sparen?*

*Kann ich meine Posts
vorplanen?*

Teil 8

Abschluss und Q&A

LAURA BROCKHOFF



Was ist smartes Marketing? Die Key Learnings!

LAURA BROCKHOFF

The background image is an aerial photograph of a rural landscape. It features several agricultural fields with distinct patterns of brown and green. A large, irregularly shaped field in the center-right is a vibrant orange color, likely a fallow field or a field with a different crop. The surrounding fields are a mix of dark brown and green, with some small clusters of green vegetation. The overall scene is a mix of geometric agricultural patterns and natural textures.

Eine klare Positionierung
spart Zeit & Geld.

LAURA BROCKHOFF



Die Wahl deiner Strategie und Kanäle hängt dabei maßgeblich von deiner Zielgruppe ab.

LAURA BROCKHOFF

A wide-angle photograph of a coastal scene at sunset. The sky is filled with dark, heavy clouds, with some lighter, orange and yellow hues breaking through at the horizon. The ocean is a deep blue, with white-capped waves crashing against several large, dark rock formations in the mid-ground. The overall mood is moody and atmospheric.

Content-Marketing
ist ein wichtiger Schlüssel.

LAURA BROCKHOFF



Social Media Marketing und Paid
Ads funktionieren mit Strategie –
nicht mit Chaos.

LAURA BROCKHOFF

The background image is an aerial photograph of a coastal area. On the left, there are large, light-colored sand dunes with distinct ripples and ridges. On the right, the ocean is visible with white-capped waves crashing onto the shore. The overall color palette is warm, with shades of tan, brown, and green. The text is centered over this image.

Automatisierung & Tools
sparen Zeit und Nerven.

LAURA BROCKHOFF

Marketing ist keine Frage von
Budget und Zeit - sondern von der
richtigen Strategie!



Danke!

contact@laurabrockhoff.com

LAURA BROCKHOFF