

## Vertriebsbrief Nr. 45

NOVEMBER 2012

### dipeo Buch Tips

Selbstmotivation pur

Der Feind in meinem  
Büro

### dipeo Gadget News

iPad mini vs. Nexus 7

### dipeo Reisetipp

Burkina Faso, das „Land  
der Aufrichtigen“

team effort © istock



Überzeugen Sie Ihre Zeugen  
**Huckepack-Marketing**

## Liebe Leserin, lieber Leser,



wir begrüßen Sie herzlich zur November Ausgabe des dipeo-Vertriebsbriefes.

Aufgrund einiger Anmerkungen von Lesern, der gelbe Text, sei auf weißem Hintergrund sehr mühsam zu erkennen, präsentieren wir Ihnen diesen Monat erstmals den Vertriebsbrief in Schwarz. Es wäre uns sehr wichtig ein Feedback von Ihnen per Mail an [info@dipeo.de](mailto:info@dipeo.de) zu erhalten. Dafür im Voraus vielen Dank.

Auf den folgenden Seiten haben wir für Sie wieder interessante und aktuelle Beiträge zum Thema Vertrieb zusammengestellt.

Auf Seite 3 erläutert Dirk Kreuter wie Sie mit „Huckepack Marketing“ gegenseitig voneinander profitieren können. Auf Seite 4 gibt Ihnen Anne M. Schüller nützliche Ratschläge, wie Sie Ihre Marke zu Kult ausbauen. Auf Seite 6 finden Sie in unserer Rubrik „dipeo Buchtipps“ interessanten Lesestoff zum Thema Vertrieb vor. Auf Seite 7 vergleichen wir in unseren dipeo Gadget News das iPad mini mit dem Nexus 7 und ab Seite 8 entführt Sie unser dipeo Reisebericht nach Burkina Faso.

Sie können auch in unserem Magazin Ihre dipeo-Inserate veröffentlichen. Bestellen Sie per E-Mail eine Eintragung Ihres Inserats im Vertriebsbrief. Schreiben Sie an [info@dipeo.de](mailto:info@dipeo.de) unter Angabe Ihrer Kundennummer und des zu veröffentlichenden Inseratstitels. Für nur einmalige 49,- EUR präsentieren wir Ihr Inserat in der jeweils kommenden Ausgabe. Mehrfachschaltungen und entsprechende Rabatte sind möglich.

Wir wünschen Ihnen viel Freude mit dem neuen dipeo-Vertriebsbrief.

Mit den besten Grüßen aus Nürnberg, Ihr



Magnus Gernlein

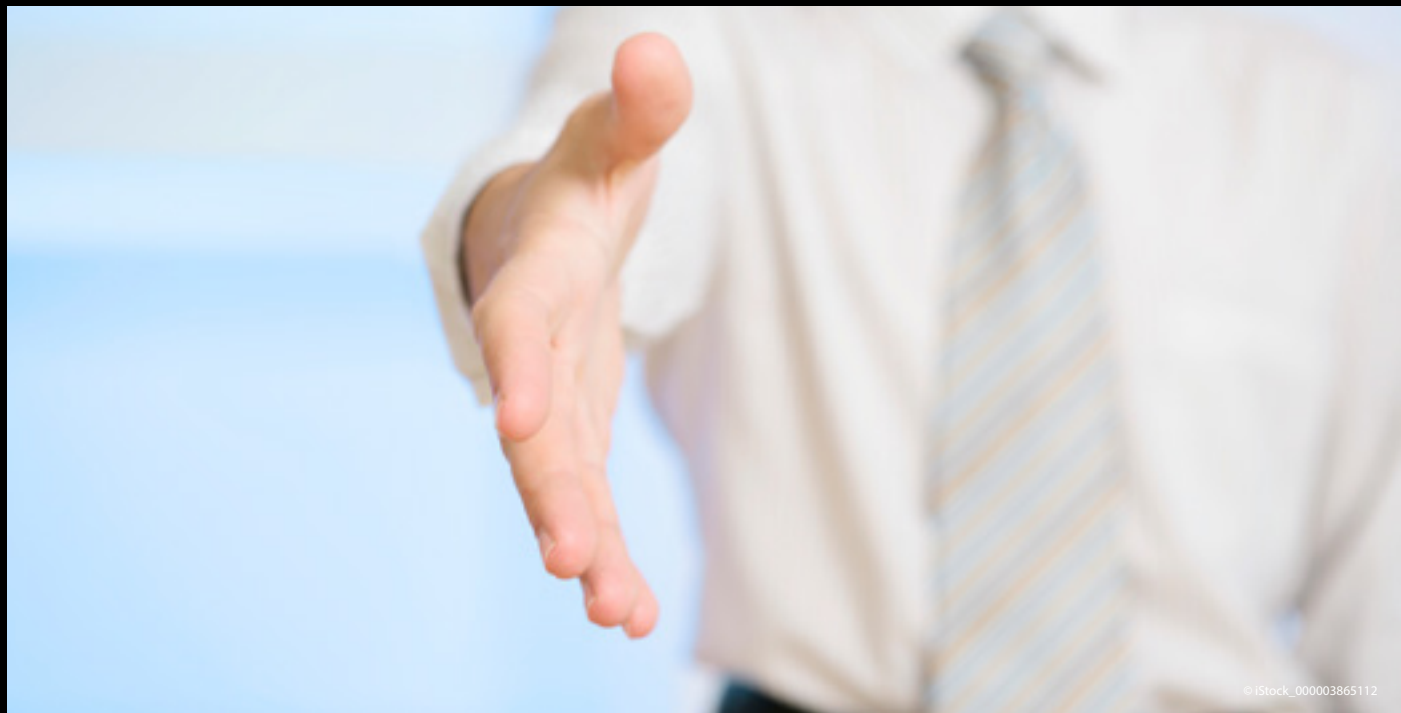
Möchten Sie eine Anzeige im Vertriebsbrief veröffentlichen?

Kontaktieren Sie uns:  
[redaktion@dipeo.de](mailto:redaktion@dipeo.de)  
(Tel.: 0911 / 377 50 265,  
Mo-Fr 8:00-16:00)



# Huckepack-Marketing

Überzeugen Sie Ihre Zeugen



© iStock\_000003865112

**D**er unumstrittene Experte für diese Art der Neukundengewinnung ist der Positionierungs- und Marketingexperte Alexander Christiani. Er hat verschiedene Kundenprojekte umgesetzt, unter anderem ein Beispiel:

Ein Feinkostgeschäft macht in einer Kleinstadt auf. Der befreundete Fleischer, der über eine Kundenkartei verfügt, schreibt alle seine Kunden mit dem Hinweis darauf an, dass dieses Feinkostgeschäft demnächst eröffnet, dass die Qualität hervorragend ist und dass jeder Kunde anbei einen Gutschein über 30 € findet, den er gerne dort einlösen könne. Über eine Rückmeldung, wie es denn geschmeckt hat, würde sich der Fleischer freuen.

In diesem Projekt sind mehr als 80 % aller Gutscheine eingelöst worden und das Feinkostgeschäft hat einen fulminanten Start hingelegt. Sechs Monate später war es möglich, die gleiche Maßnah-

me einmal zu drehen, und das Feinkostgeschäft schrieb seine Kunden an und empfahl den Fleischer. Die Rücklaufquote war ähnlich hoch.

Alexander Christiani setzt diese Methode in vielen Bereichen sehr erfolgreich ein. Egal ob im Business to Business- oder im Business to Consumer-Bereich. Finden Sie also jemanden, der für Sie als Zeuge fungiert und Sie seinen Kunden, seiner Zielgruppe weiterempfiehlt. Dies macht einen sehr guten Eindruck bei Ihrem potenziellen Kunden.

Vor einiger Zeit haben wir ein Mailing für eine Großveranstaltung verschickt. Mit eher mäßigem Erfolg. Doch unter anderem erreichten wir den Marketing Club Köln/Bonn. Dieser Club verfügt über etwa 1.200 bis 1.500 Mitglieder und ist einer der wenigen Clubs in Deutschland, die zum damaligen Zeitpunkt ihre Mitglieder noch jeden Monat auf

dem Postweg zu den aktuellen Veranstaltungen eingeladen hat. Der Marketing Club Köln/Bonn machte uns das Angebot, unsere Informationen für die Großveranstaltung an ihre Mitglieder zu verschicken, wenn wir im Gegenzug Porto und Verpackung übernehmen und der Marketing Club so die monatliche Einladung versenden könne. Wir baten den Marketing Club dann noch, auf unsere Veranstaltung positiv hinzuweisen. Die Rückläufer aus dieser Aktion waren hervorragend!

## Dirk Kreuter

Dirk Kreuter ist Verkaufstrainer und Experte für Neukundengewinnung.

[www.dirkkreuter.de](http://www.dirkkreuter.de)



# Schatzkästchen Fan

Wie Sie Ihre Marke zum Kult machen



Nicht Hochglanzbroschüren und Starverkäufer, sondern enthusiastische Fans, engagierte Fürsprecher und glaubwürdige Multiplikatoren sind die besten Vermarkter. Sie haben die höchste Überzeugungskraft - und die geringsten Streuverluste. Fans machen eine Marke zum Kult. Und sie verhelfen ihren Lieblingsanbietern zum Erfolg. Doch wie viel ist ein Fan eigentlich wert?

Fans sind die neue Währung im Marketing. Ihre Zahl gilt vielen als Statussymbol. Doch das ist falsch gedacht. Die reine Summe der Fans und Follower kann ja wohl kein Leistungskriterium sein! Entscheidend ist, wie viele Multiplikatoren darunter sind und welches Engagement diese entwickeln. Wer nämlich die Leidenschaft seiner Fans gewinnt und diese durch Hege und Pflege auf Dauer bewahren kann, der steigert die Wertschöpfung auf beeindruckende Weise:

## 1. Erstumsatz

Nicht jeder Fan ist ja bereits Kunde. Bringen Sie Ihre Nochnichtkunden-Fans möglichst schnell dazu, einen ersten Kauf zu tätigen – ohne dabei Ihre Bestands-

kunden zu verprellen. Sorgen Sie danach für schnelle weitere Aktivitäten. So steigt die Verbundenheit.

## 2. Mehrumsatz

Fans kaufen öfter und hochwertiger ein. Sie konzentrieren ihre Kaufkraft auf wenige bevorzugte Anbieter. Bei Neueinführungen greifen sie eher zu. Sie kaufen auch regelmäßiger, und das wiederum erhöht die Planungssicherheit. Auch bei Ihnen? Das ist leicht herauszufinden: Vergleichen Sie das Geschäftsgebaren und die durchschnittlichen Umsätze eines Nichtfans mit denen eines Fans. Im Rahmen einer Studie der US-Firma Syncapse aus dem Jahr 2010 gaben Facebook-Fans des Sportartikelherstellers Nike 205 Dollar für Produkte des Unternehmens aus, Nicht-Fans hingegen nur rund 86 Dollar. Bei McDonalds gaben Menschen, die auf Facebook die Seite des Fastfood-Unternehmens als Favorit gespeichert hatten, 120 Euro mehr aus als Nicht-Fans.

## 3. Neugeschäft

Fans reden positiv über ihre Lieblingsanbieter und sprechen aktiv

Empfehlungen aus. Empfohlenes Geschäft wiederum ist leichter abzuschließen, denn Empfehler haben einen Vertrauensbonus. Wer aufgrund einer Empfehlung Kunde wurde, wird auch selbst eher als Empfehler aktiv. Die Wahrscheinlichkeit, dass Facebook-Fans ihr Lieblingsprodukt weiterempfehlen, ist übrigens der Syncapse-Studie zufolge um 41 Prozent höher als bei Nicht-Fans. Rechnen Sie einfach selbst einmal Ihre Konversionsraten aus!

## 4. Loyalität

Die Zahlungsbereitschaft loyaler Fans ist höher als die von Schnäppchenjägern und ständigen Wechslern. Treue Fankunden verhandeln nicht, bis aufs Messer'. Sie vergleichen auch weniger. Und sie sind resistent gegenüber Abwerbe-Versuchen. Verträge verlängern sie oft vollautomatisch. Sie sind toleranter, wenn Fehler passieren. Sie sind auch weniger fordernd bei Regressansprüchen. Und sie verursachen weniger Debitorenprobleme, denn ihre Zahlungsmoral ist im Vergleich hoch. Der Syncapse-Studie zufolge ist bei Fans die Wahrscheinlichkeit um 28 Prozent höher, dass sie einer Marke die Treue halten.

## 4. Werbekostenersparnisse

Wer neue Kunden über seine Fans gewinnt, braucht weniger in teure klassische Werbung und auch weniger in kostenintensive Vertriebsarbeit investieren. Ferner kann der Werbemittleinsatz optimiert werden. Durch Konzentration vieler Aktivitäten auf treue Fans und die gezielte Ansprache derselben entstehen geringere Streuverluste.

### 5. Reputationsgewinn

Fans preisen ihr ‚Idol‘ in den höchsten Tönen und verteidigen ihre Lieblingsmarken offline und online gegen Kritik oder Angriffe von außen. Sie bewerten ihre Lieblinge immer mit der maximal möglichen Punktzahl und motivieren andere, das gleiche zu tun. Sie reden auch gerne mal schlecht über die Konkurrenz und diskreditieren so deren Reputation, was wiederum Wettbewerbsvorteile schafft.

### 6. Gute Ratschläge

Fans engagieren sich für ihre favorisierten Anbieter, sie sagen aber auch lautstark, wenn ihnen mal was nicht passt. Und sie machen Verbesserungsvorschläge. So werden sie zu Ideengebern und kostenlosen Unternehmensberatern. Durch ihre Tipps können Problemlösungen gefunden werden und kundenrelevante Produktinnovationen oder neue Servicedienste entstehen. Dies reduziert die Kosten für externe Berater und das Flop-Risiko bei der Neueinführung von Produkten und Services.

### 7. Neue Fans

Fangruppen sind untereinander meist hervorragend vernetzt, wodurch Neuigkeiten und Meinungen schnell die Runde machen. So können zügig neue Interessenten mit ähnlichen Profilen gewonnen werden. Denn Menschen sind vor allem mit Gleichgesinnten zusammen. Dies verbessert die Kundenstruktur. Und es ermöglicht die Spezialisierung auf favorisierte Kundengruppen. Hierbei kommt eine gezielte Multiplikatoren-Strategie besonders zum Tragen. Wenn sich nämlich ein wichtiger ‚Influencer‘ als Fans von ... outet, dann hat dieser Anbieter gleich xig neue Fans. Und ebenso viele potenzielle Käufer.

Wow! Nach dieser Aufzählung kann man doch nur noch eines sagen: Her mit den Fans! Egal ob klein oder groß, ob lokal, regional oder global, ob Personenmarke, Business-Anbieter oder im Endkundengeschäft: Eine Fan-Strategie ist in unserer neuen Wirtschaftswelt unerlässlich. Und das Social Web ist ein wichtiger Helfer dabei.

Doch am Ende gilt: Wahre Fans gewinnt man gar nicht über Facebook & Co., sondern im physischen Leben. „Echte Fans gewinnt man durch echtes Handeln. Durch gute, kundennahe Produkte. Durch guten, kundennahen Service. Durch gutes, kundennahes Verhalten“, schreibt Mirko Lange von Talkabout Communications in seinem Blog. Alles Weitere steht in meinem neuen Buch ‚Touchpoints‘. Informationen dazu auf [touchpoint-management.de](http://touchpoint-management.de)



### Anne M. Schüller

ist Management-Consultant und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Über 20 Jahre lang hat sie in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen verschiedener internationaler Dienstleistungsbranchen gearbeitet und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten. Die Diplom-Betriebswirtin und achtfache Buchautorin gehört zu den besten Keynote-Rednern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet auch als Business-Trainerin und lehrt an mehreren Hochschulen. Sie gehört zum Kreis der ‚Excellent-Speakers‘. Zu ihren Kunden zählt die Elite der deutschen, schweizerischen und österreichischen Wirtschaft.

[www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)



## dipeo Vorlagen des Monats

Businessplan - Adressen-Handelsunternehmen  
(Businesspläne)



Analyse der Kundengruppen  
(Excel Tabellen)



Führungstraining - Führungspraxis  
(Personal)



In Zusammenarbeit mit [Vorlagen24.de](http://Vorlagen24.de)

## Sofortwissen kompakt. Selbstmotivation pur - Simone Porok



Finden Sie heraus, was Sie persönlich motiviert. Holen Sie sich Ansporn für Ihren beruflichen und privaten Alltag. Entwickeln Sie Ihre persönlichen Ziele und setzen Sie Ihre eigenen Ideen in die Tat um. Ob es darum geht, sich zu überwinden, Selbstdisziplin zu üben oder Schritt für Schritt ein erfolgreiches Selbstmanagement zu erlernen: Schon nach zwei Minuten können Sie den Motivationskillern ein Schnippchen schlagen und mit neuem Elan zur Tat schreiten.



Broschiert: 108 Seiten  
 Verlag: Heragon Verlag (1. März 2009)  
 Sprache: Deutsch  
 ISBN-10: 3941574051  
 ISBN-13: 978-3941574052

## Der Feind in meinem Büro - Martin Wehrle



Der Chef gilt unter Arbeitnehmern als wichtigster Kündigungsgrund. Chef und Mitarbeiter sitzen in einem Boot, rudern aber nicht in eine Richtung! Wollen Sie endlich wieder Spaß am Job? Frustfaktor Nummer eins: Jeder fünfte Mitarbeiter in Deutschland haßt seinen Chef. 88 Prozent aller Mitarbeiter sagen, ihr Chef sei schwierig. Dabei wollen Arbeitnehmer und Arbeitgeber oft dasselbe. Aber sie reden aneinander vorbei, denn beide leben in ihrer eigenen Welt und sprechen ihre eigene Sprache. Dieses Buch leistet Pionierarbeit und öffnet jedem Streitpartner den Blick für die jeweils andere Seite. Es ist locker geschrieben, hält sich dicht an die Praxis und vermittelt psychologische und soziologische Hintergründe in amüsanten Beispielen. Mit pffiffigen Tips entschärft Martin Wehrle den Sprengstoff des Alltags.



Gebundene Ausgabe: 224 Seiten  
 Verlag: Econ; Auflage: 1 (24. August 2005)  
 Sprache: Deutsch  
 ISBN-10: 3430195438  
 ISBN-13: 978-3430195430

# dipeo Gadget-News

## iPad mini vs. Nexus 7

Nach Steve Jobs Philosophie kamen Tablets unter 10 Zoll Größe für Apple nicht in Frage. Er hielt dieses Format schlichtweg für zu klein um sinnvoll mit einem solchen Gerät arbeiten zu können. Nun, da andere Hersteller mit dem 7 Zoll-Format großen Erfolg bewiesen haben, schickt sich auch Apple mit seinem neuen iPad mini an, in diesem Sektor Marktanteile zu erschließen. Der große Konkurrent Google ist in diesem Bereich mit seinen Nexus-Geräten bereits sehr gut aufgestellt.

Fachmagazine reagierten teilweise enttäuscht auf die Präsentation des iPad mini. Es weicht bei den grundlegenden Spezifikationen nicht allzuweit von vergleichbaren Geräten wie dem Nexus 7 ab. Eine technische Revolution stellt es also nicht dar. Das Publikum mag in dieser Hinsicht aber auch zu verwöhnt durch vergangene Produktvorstellungen des Apple-Konzerns sein.

### Hard Facts - die Technik

Wir möchten hier vor allem einen Leistungsvergleich ziehen, denn über das Design und die Vorzüge des jeweiligen Betriebssystems lässt sich endlos streiten. Einen Punkt möchten wir dennoch herausstellen. Die Philosophien hinter den Produkten von Apple und Google unterscheiden sich in einer Hinsicht deutlich: Die Produkt- und Softwarefamilie von Apple ist ein sehr geschlossenes System, das hervorragend harmonisiert, aus dem der Nutzer andererseits aber nur schwer ausbrechen kann. Google verfolgt hier einen deutlich offeneren Ansatz.

### Geschwindigkeit und Speicher

Apple verbaut im neuen Mini-iPad einen Dual-Core-A5-Prozessor, Google setzt auf die Quad-Core-Power des Tegra 3 von nVidia. Bei alltäglichen Aufgaben scheinen beide Geräte über genügend Power zu verfügen. Der leistungsfähigere Chip des Nexus 7 könnte bei aufwändigen Apps in Zukunft Vorteile bringen. Bei der Akkulaufzeit liegen beide Modelle mit ca. 10 Stunden gleichauf. Googles Nexus 7 ist wahlweise mit 16 oder 32 GB Speicher erhältlich. Das iPad mini gibt es zusätzlich in einer Variante mit 64 GB, die allerdings auch wesentlich teurer ist.

### Display und Konnektivität

Zwar ist das Display des iPad mini mit 7,9 Zoll etwas größer als das des Nexus 7, jedoch zeigt das Modell von Google trotz kleinerem Display eine deutlich höhere Auflösung von 1280x800 Pixeln. Apples Tablet löst mit nur 1024x768 Bildpunkten auf. Die Pixeldichte liegt deutlich unter der der Nexus und verursacht beim Lesen sehr kleiner Texte Probleme.

Bei der Kamera punktet das iPad mini mit einer 5-Megapixel Kamera auf der Rückseite und einer zusätzlichen 1,2-Megapixel Frontkamera. Das Nexus 7 verfügt lediglich über eine 1,2-Megapixel-Kamera an der Vorderseite. WLAN und Bluetooth ist bei beiden Geräten Standard. NFC-Konnektivität bietet nur das Nexus 7. Zudem besitzt es einen Micro-USB Anschluß wohingegen das iPad mini auf den Apple-eigenen Lightning-Anschluss baut, der zwar grundsätzlich viele technische Vorteile bietet, aber eben

auch dafür sorgt, dass nur haus-eigenes Zubehör angeschlossen werden kann.

### Verarbeitung und Gewicht

Hier sticht Apple den Konkurrenten auf den ersten Blick klar aus. Die Aluminiumoberfläche wirkt einfach edler und solider verarbeitet als das Kunststoffgehäuse des Nexus. Der Nutzer des iPad mini muss aber schon sehr aufpassen um dieses schöne Bild nicht bald durch zahlreiche Kratzer zu zerstören, für die die Alu-Oberfläche sehr empfindlich ist. Auch beim Gewicht gewinnt das Gerät mit dem Apfel-Logo: Mit 312 Gramm ist das iPad mini etwas leichter als das Nexus mit seinen 340 Gramm.

### Preis und Fazit

Das iPad Mini ist in der günstigsten Ausführung für 329 EUR zu haben. Beim Nexus 7 muss der Käufer nicht so tief in die Tasche greifen. Für gerade mal 199 EUR ist das Google-Gerät zu haben. Beide Geräte verrichten ihre Arbeit hervorragend. Minuspunkte gibt es beim iPad mini wegen der zu niedrigen Auflösung und wegen des deutlich höheren Preises. Wer das Preis-/Leistungskriterium zum entscheidenden Argument macht sollte auf jeden Fall zum Nexus 7 greifen. Wem die Optik und die Verarbeitung am wichtigsten sind, für den ist das iPad mini die richtige Wahl.

dipeo.de Redaktion:  
Magnus Gernlein  
[www.dipeo.de](http://www.dipeo.de)





## Burkina Faso, das „Land der Aufrichtigen“



Burkina Faso: Cathedral of Ouagadougou © kyselak

In unserer heutigen Ausgabe möchten wir Ihnen ein afrikanisches Land näher bringen, das nicht zu den typischen Reisezielen in diesem Kontinent zählt. Nicht etwa um Tunesien, Marokko oder Ägypten soll es sich handeln, sondern um den westafrikanischen Binnenstaat Burkina Faso, dem „Land der Aufrichtigen“. 1960 unabhängig geworden, zählt Burkina Faso zu den ärmsten Ländern der Welt. Zwar zeichnet sich das Land durch kulturelle und wirtschaftliche Stabilität aus, speziell Dürreperioden sorgen aber immer wieder für Hungersnöte in diesem stark agrargeprägten Land.

Das kulturelle und administrative Zentrum ist Ouagadougou, mit einer Fläche von 274.000 km<sup>2</sup> zählt Burkina Faso eher zu den kleineren afrikanischen Staaten.

### Vielfalt der Kulturen in friedlichem Einklang

Mit den 60 Ethnien beherbergt Burkina Faso eine große Vielzahl an kulturellen Traditionen. Tanz, Musik und die Verwendung von Masken sind charakteristisch für die sudanischen Savannenvölker. Bemerkenswert ist, dass trotz dieser verschiedensten Ethnien die Gruppen friedlich zusammenleben. Einen wichtigen Beitrag zu

diesem Frieden leisten die traditionellen Scherzbeziehungen. So ist es bestimmten Ethnien erlaubt, sich nach gewissen festgelegten Regeln gegenseitig zu verspotten. Dieser eigenartig wirkende Brauch ist keineswegs aus Arglist entstanden, sondern trägt nachweislich zum besseren Miteinander der verschiedensten Bevölkerungsgruppen bei. Mit einer Anzahl von mehr als 40 Prozent aller Burkiner zählen übrigens die „Mossi“ zur politisch dominierenden Ethnie, etwa 55 Prozent der Einwohner üben den muslimischen Glauben





aus. Alleinige Amtssprache ist Französisch, eben jene, welche die ehemaligen Kolonialherren sprachen. Leider beherrscht nur eine Minderheit der Burkiner Französisch und da jene auch als Unterrichtssprache vorherrscht, schreckt dies viele Kinder und Jugendliche vor einen Schulbesuch ab.

### Trocken- und Regenzeiten wechseln sich ab

Klimatisch lässt sich Burkina Faso in drei Zonen einteilen, Sahel, Sudan-Sahel und Sahel-Guinea. Es herrscht ein tropisches Wechselklima, die Klimaperioden Regen- und Trockenzeit prägen das Land. Während in den Monaten von Mai/Juni bis September dank der Monsunwinde und der Niederschläge eine Luftfeuchtigkeit bis hin zu 80 Prozent herrscht, beginnt die Trockenzeit im Oktober und hält bis März an. Hier löst der staubige, trockene Wüstenwind die Monsunwinde ab. Die Durchschnittstemperatur wird über das Jahr auf etwa 35 Grad Celsi-

us beziffert.

### Was man in Burkina Faso gesehen haben sollte!

Neben der Vielzahl an verschiedensten Ethnien gibt es auch eine ganze Reihe von Sehenswürdigkeiten zu bewundern. Von Städten über Moscheen bis hin zu Märkten und Nationalparks ist für das Auge allerlei Interessantes geboten. Allen voran sind die Ruinen von Loropéni zu nennen, die 2009 von der UNESCO in die Weltkulturerbeliste aufgenommen wurden. Diese etwa 1.000 Jahre alten Ruinen liegen an der Grenze zur Elfenbeinküste und sind bis heute noch nicht vollständig ausgegraben. Auch die Städtelandschaft in Burkina Faso lohnt es zu erkunden. Neben der Haupt- und Millionenstadt Ouagadougou sind auch Bobo-Dioulasso, Fada N’Gourma und Gorom-Gorom eine Reise wert. Während Letztere vor allem durch ihre sehenswerten und farbenprächtigen Märkte für Touristen aus aller Welt locken, zeichnet die zweitgrößte Stadt des Landes, Bobo-Dioulasso

seine berühmte und schöne Altstadt aus. Zuletzt soll noch der Nationalpark W genannt werden, der seit 1954 besteht und von der UNESCO ebenfalls zum Welterbe ernannt wurde. Dieser Park gehört neben Burkina Faso noch zu den Staaten Niger und Benin und trägt seinen etwas eigen klingenden Namen deshalb, weil der Fluss Niger dort in seinem Verlauf an den Buchstaben „W“ erinnert. Im Nationalpark sollen mehr als 500 verschiedene Pflanzen- und 420 Tierarten zu finden sein, zu den Tierarten gehören unter anderem Paviane, Flusspferde, Geparde, Antilopen, Gazellen und unterschiedlichste Reptilien.

### Unser dipeo Geheimtipp:

Befindet man sich im Süd-Westen Burkina Fasos ist für Sie als dipeo-Kunde natürlich ein Besuch im gleichnamigen Ort Dipeo fast unumgänglich. Das beschauliche Örtchen liegt in der Provinz Poni und reizt schon dank seines Namens. Durch seine günstige Lage befindet es sich in direkter Nähe zur Gemeinde und dem Department Loropeni, das vor allem durch seine Ruinen (siehe oben) große Berühmtheit in der Welt erlangte.



#### weitere Infos:

[www.transafrika.org](http://www.transafrika.org)



dipeo.de Redaktion





## Preistipp4you

### Geld verdienen mit Zukunft

Erstes deutsches Unternehmen startet 2013 im Vertrieb mit 5 neuen einzigartigen Produkten (Tools) rund um Videokommunikation und Webmarketing.

Wir suchen Vertriebspartner der ersten Stunde.

Fordern Sie Link zu den Videos für weitere Informationen an und starten Sie mit uns bereits jetzt in der Prelaunchphase in eine erfolgreiche Zukunft

[www.preistipp4you.de](http://www.preistipp4you.de)

## Sagay GmbH

### Das ist eine Spirituose die passt...

zu fast allen in der Gastronomie bekannten Fruchtsäften und auch zu halb trockenem Sekt.

Das ist der Grund dafür dass es ein echter Lifestyle Drink ist....weil er zu jedem seinem Lieblingssaft passt.

Ob Pur als Shot oder als Longdrink ist er perfekt abgestimmt für einen NEUEN Geschmack.

Für jeden Urlaubstag ein Aperitif mit verschiedener Farbe ist auch möglich.

Für dieses unglaubliche Meisterwerk einer Spirituose / Likör suchen wir freie Handelsvertreter die bereits Kontakte in die Gastronomie haben.

Vollzeit oder Teilzeit möglich. Bis 20 % Provisionen möglich!

Arbeitsort Bundesweit in Deutschland und Österreich

Stöckl Sigi

SAGAY GmbH

info@sagay.com

[www.sagay.com](http://www.sagay.com)

## Tele2 GmbH

### TOP Provisionen für Festnetzersatz

Tele2 bietet Ihren Kunden sehr gute Angebote um den Festnetzanschluss zu ersetzen. Für Sie gibt es für jeden Neukunden TOP Provisionen durch direkte Anbindung beim Produktgeber Tele2.

- kein Hardwareeinkauf nötig
- keine Stornohaftung
- monatliche Auszahlung
- Hardware kommt vorkonfiguriert und installationsbereit
- attraktive Mengenbonis
- D-Netz Qualität

Internet via Mobilfunk und LTE in Vorbereitung. Fordern Sie noch heute Informationsmaterial. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

[www.tele2.de](http://www.tele2.de)