

# SEHSTÄRKEN

B-TO-B-KOMMUNIKATION VON SCHLASSE

01

## DRUCKREIF

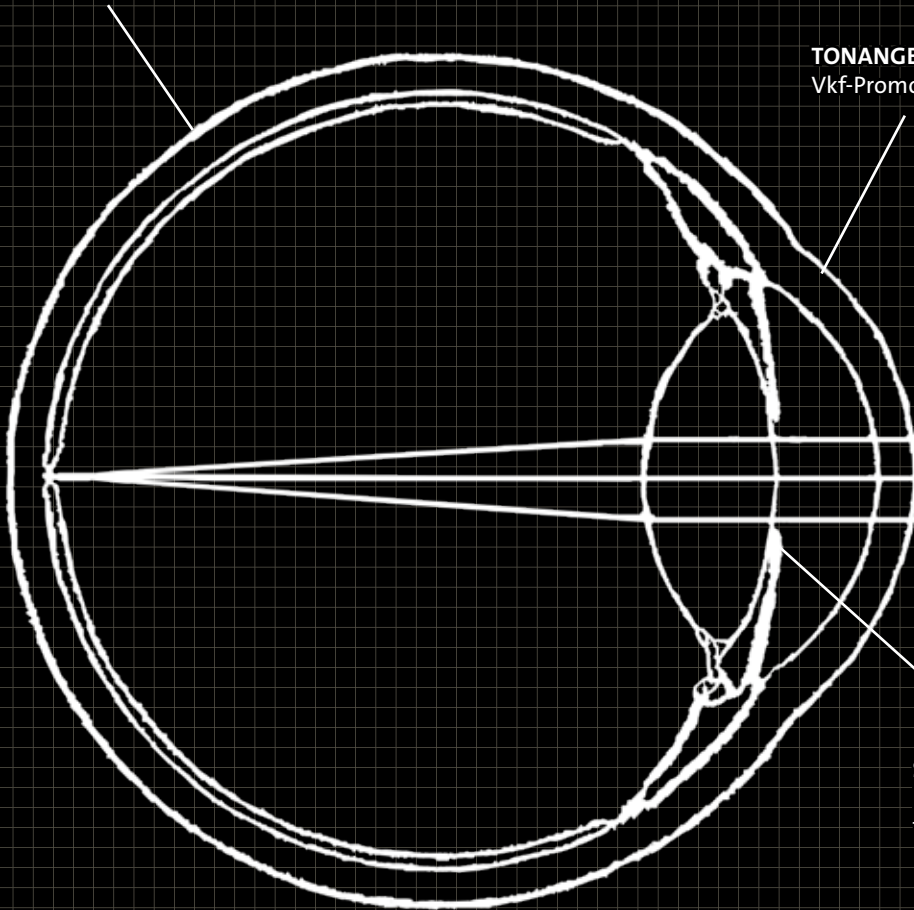
Kampagne für MICHELIN  
Ultraflex Technologies

## TONANGEBEND

Vkf-Promotion für GROHE

## STROMFÜHREND

Relaunch Bauherren-Website  
für Hager





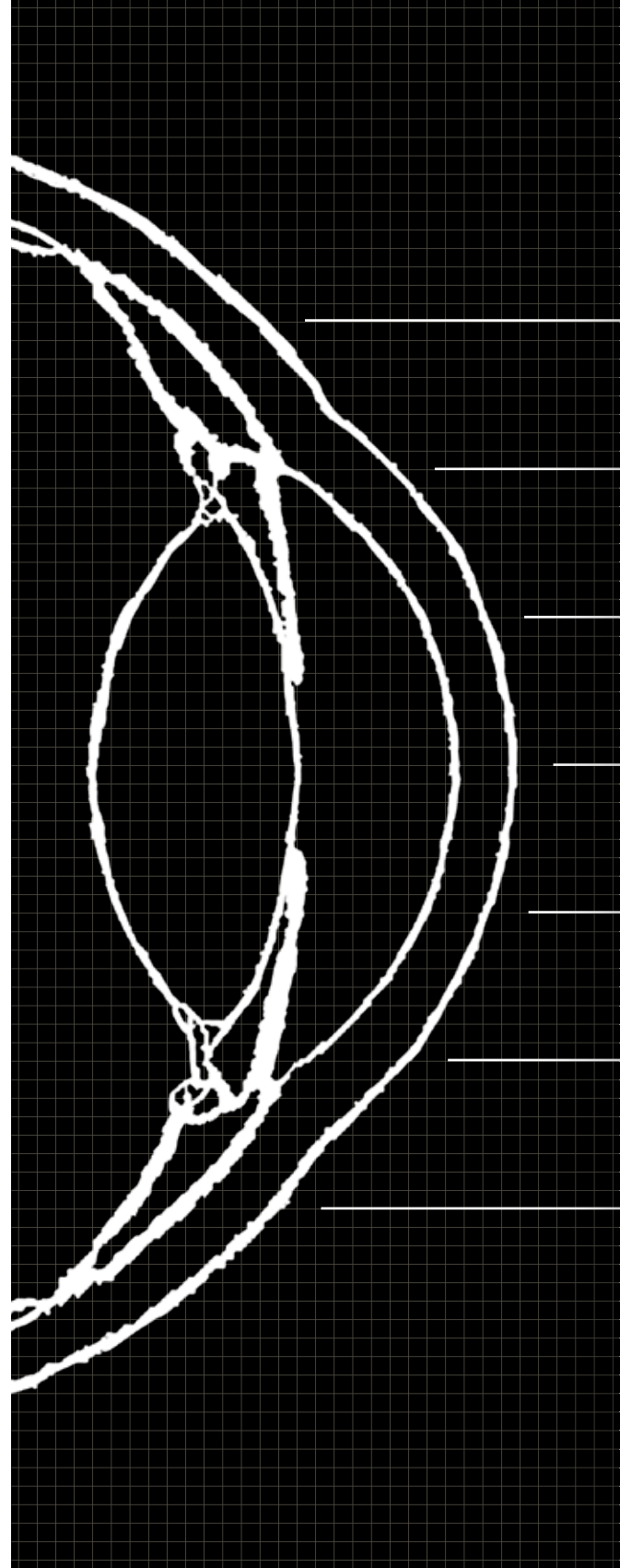
## SO SIEHT'S AUS: SEHSTÄRKEN!

Jede Agentur hat ihre eigene Sichtweise. Die einen setzen allein auf Marke, die anderen nur auf Marktforschung. Wir setzen die Kundenbrille auf: Alles, was wir tun, muss für den Kunden unserer Kunden einen Nutzen haben. Das erfordert nicht nur weitsichtige Konzepte, sondern auch eine Kreation, die sich sehen lassen kann. Wie wir diese Anforderungen erfüllen? Machen Sie sich selbst ein Bild! Wir freuen uns sehr, Ihnen die erste Ausgabe unseres neuen Magazins zu präsentieren.

Nomen est omen: SEHSTÄRKEN [sic!] von Schlasse umfasst eine Auswahl unserer aktuellen Arbeiten. Und bietet Ihnen in Zukunft regelmäßig einen Überblick über unser gesamtes Leistungsspektrum – von klassischer Kommunikation bis hin zu digitalen Medien. Also: Augen auf und durch! Wir freuen uns in jedem Fall über Ihre Anregungen und Anmerkungen, ob scharf oder unscharf! Schöne Aussichten wünschen Ihnen

Karlheinz Lohmann  
Geschäftsführender Gesellschafter

Anja Schumacher  
Geschäftsführende Gesellschafterin





Mehr Profil & mehr GRIP! Europaweite Kampagne und Club-Magazin für MICHELIN — **04**

Haste Töne? Vkf-Promotion für GROHE — **12**

Auf Draht: Bauherren-Website & -Journal für Hager — **14**

HPL trifft B-to-B: Broschüren für Oberflächen und Dekore von DUROPAL — **18**

Bitte lächeln! Kommunikation für GRUNDIG Videosicherheit — **22**

Mit Gefühl! Magazin für Vaillant Exzellenz Partner — **24**

Im Netz & im Hotel: Vermarktungskampagne und Broschüre für DORMA — **26**



# SO MACHT MAN BODEN GUT!

Die richtige Technologie ...



... macht Reifenspuren  
zu Wachstumszonen

Mit MICHELIN Ultraflex Technologies beginnt Ertragsoptimierung schon beim Reifen. Denn die innovative Karoskonstruktion ist besonders flexibel und robust. So transportieren Sie selbst hohe Lasten mit konstant niedrigem Rollwiderstand\* – bei Geschwindigkeiten von 0 bis zu 85 km/h\*\*. Die dadurch vergrößerte Aufstandsfläche erzeugt zusätzliche Traktion. Und das spart nicht nur Zeit und Kraftstoff. Es schont auch den Boden und erhöht so Ihre Erträge. MICHELIN Ultraflex Technologies – drücken die Kosten, nicht den Boden.

Mehr Informationen unter +49 (0) 721-530-1235 oder  
per E-Mail an [kundenservice-agro@ds.michelin.com](mailto:kundenservice-agro@ds.michelin.com)

\* Bei der Ermittlung des konstanten Rollwiderstands ist die technische Dokumentation zu berücksichtigen.  
\*\* Bei Geschwindigkeiten über 85 km/h sind die Geschwindigkeitsangaben zu berücksichtigen.  
Die Michelin Reifenwerke, 21030 Zeitz, sind Mitglied der Michelin Gruppe.

Übergreifendes  
Anzeigenmotiv für  
die MICHELIN  
Ultraflex Technologies.





Ob bei der Aussaat, beim Düngen oder beim Ernten: Jeder Landwirt kennt das Problem – wenn ich mit dem Traktor über einen Acker fahre, wächst so schnell nichts mehr. Seit 2004 hat MICHELIN was dagegen: MICHELIN Ultraflex Technologies. Eine Reifentechnologie, die in erster Linie den Boden schont und so zur Zukunftssicherheit des Landwirts beiträgt. Da das kaum jemand wusste, wurde Schlasse mit der Entwicklung eines Kommunikations- und Vermarktungspakets beauftragt.





### MICHELIN AxioBib



Macht Schwergewichte  
zu Grip-Spezialisten



Produktbroschüre für  
MICHELIN AxioBib –  
einem Reifenprofil,  
ausgestattet mit  
MICHELIN Ultraflex  
Technologies.



## VIVE LE PITCH!

Im Wettbewerb um den europaweiten Relaunch des Ingredient-Brandings MICHELIN Ultraflex Technologies setzte sich Schlasse gegen drei französische Agenturen durch. Das entwickelte Konzept umfasst alle relevanten Zielgruppen und Kommunikationskanäle. In Anlehnung an die globale Kampagne für MICHELIN PKW-Reifen wurde das Michelin Männchen als Helfer und Problemlöser in der Imagekommunikation inszeniert. Ergebnis ist eine illustrierte Kampagne, die aufmerksamkeitsstark die Vorteile der Technologie erläutert und so für mehr Bekanntheit sowie mehr Umsatz sorgen soll.

Mit diesem Projekt übernimmt Schlasse eine zentrale Rolle in der kommunikativen Neuausrichtung des europäischen Michelin Landwirtschaftssegments. Die Agentur betreut nicht nur MICHELIN Ultraflex Technologies, sondern auch die Produktkommunikation für alle MICHELIN AGRO-Reifen, in denen das Technologiekonzept zum Einsatz kommt.







## DAS MAGAZIN FÜR BIB-XPERTS – EIN NOVUM FÜR REIFENPROFIS

Im Jahr 2007 hob Michelin den ersten deutschen Kundenclub im Reifenfachhandel aus der Taufe: die MICHELIN BIB-Xperts. Der Schwerpunkt des von Schlasse entwickelten Konzepts lag auf der Qualifizierung der Mitglieder. Hierbei fiel dem ebenfalls neuen Magazin GRIP eine Doppelrolle zu: Informieren über die Branche im Allgemeinen und Michelin im Speziellen, aber auch Motivieren zur Teilnahme am Innenleben der Gemeinschaft.





Auf acht Ausgaben hat es GRIP mittlerweile gebracht (Stand: 9/2011). Sammeln lohnt sich: Manche der Artikel sind zeitlos aktuell. Auf den Folgeseiten geben wir beispielhafte Einblicke ins Innere.





Brennstoff sparen: am einfachsten über die Reifen.



GRIP präsentiert: ein Markenzeichen und seine Geschichte.

Der Nutzen des Motorsports: Innovation.







Abgefahren: die Strecke zwischen den Schanzen.



Härtetest Rallye: Michelin kam durch.



Aus gutem Haus: Blick auf eine Schwestermarke.

# ÜBER DEN TELLERRAND UND ZURÜCK

GRIP erscheint kontinuierlich zweimal im Jahr mit einem Umfang von 32 Seiten und wird exklusiv für die BIB-Xperts verlegt. Schlasse zeigt sich für die gesamte Redaktion, Text und Gestaltung des Magazins verantwortlich. Blicke über den Tellerrand sind übrigens mit im Programm, wie etwa regelmäßige Ausflüge in die Welt des Motorsports oder die Vorstellung interessanter Touren. Mittlerweile erfreut sich GRIP einer recht langen Tradition und einer treuen Leserschaft – vom Monteur bis zum Geschäftsführer.



# HITVERDÄCHTIG: VKF-PROMOTION FÜR

Hier spielt  
die Musik: Ak-  
tionsfolder zum  
GROHE EURO-  
Contest.



Auf der ISH 2011  
tonangebend:  
Roll-ups zur  
Promotion rund  
um den GROHE  
Messeauftritt.







# GROHE!

14. Mai 2011: Ganz Deutschland ist im Lena-Fieber. Daumen drücken ist angesagt – entweder direkt vor Ort oder vor den heimischen Bildschirmen. Mitten drin in der ESPRIT Arena zu Düsseldorf: die glücklichen Gewinner des GROHE Euro-Contests.

## NEXT DESTINATION: BAKU?

Zur Markteinführung der neuen GROHE Eurolinien-Armaturen und rund um die ISH 2011 entwickelte Schlasse einen Verkaufswettbewerb. Dieser hatte

den Eurovision Song Contest 2011 als Aufhänger und richtete sich an die Zielgruppe der Fachhandwerker. Zu gewinnen gab es u. a. Eintrittskarten für dieses einmalige musikalische Großereignis. Bei dem reichte es nicht zur Titelverteidigung. Lena landete auf dem zehnten Platz und der Titel ging nach Aserbaidschan. Das tat der Stimmung aber keinen Abbruch. Alle waren sich darin einig, einer spektakulären Nacht beigewohnt zu haben. Und wer weiß: Vielleicht geht's 2012 nach Baku – mit Schlasse und GROHE!



# ELEKTRIK ENTSPANNT GEPLANT: hager-zuhause.de

Ganz entspannt und  
Klick für Klick zur  
Wunsch-Installation  
mit [hager-zuhause.de](http://hager-zuhause.de).

Interaktive Rundgänge  
durch ein virtuelles Haus  
zeigen Elektrotechnik  
im Einsatz.

Im Menüpunkt „Szenarien“  
führen zwei Online-Mode-  
ratoren die User durch das  
virtuelle Haus.

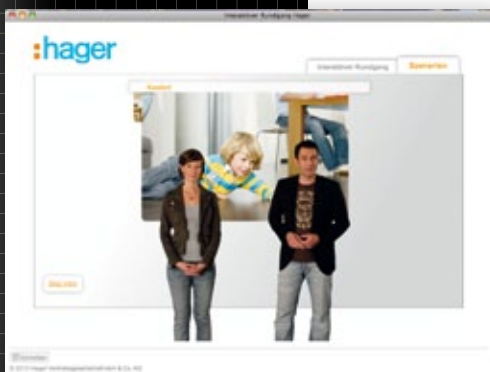




Die Tapete ist ausgewählt, das Parkett ausgesucht, die Küche bestellt. Und was ist mit den Lichtschaltern? Oder dem Zählerschrank? Elektrotechnik ist für viele Bauherren eine echte Herausforderung, mehr Last denn Lust. Das geht auch anders – [www.hager-zuhause.de](http://www.hager-zuhause.de). Ob Neubau oder Modernisierung: Mit dieser Website von Hager können sich Bauherren beinahe spielerisch über die Möglichkeiten und Vorteile einer innovativen Elektroinstallation informieren. Und somit der eigenen Elektroplanung den Schrecken nehmen.

## AUF DRAHT STATT UNTER STROM

Der digitale Bauherrenauftritt von Hager wurde von Schlasse neu konzipiert, gestaltet und realisiert – inklusive SEO-Webtexten und der Entwicklung interaktiver Tools. Effekt: Die anschauliche Gliederung und die interaktiven Angebote machen [www.hager-zuhause.de](http://www.hager-zuhause.de) zu einer wertvollen Planungshilfe. Unter „Projekt planen“ z. B. können die User interaktiv ihre individuelle Projektliste erstellen. Diese konkrete Planungs- und Bestellhilfe wird dann direkt an den ausgewählten Elektromeister versendet. So ist man einfach bestens vorbereitet für ein erstes Beratungsgespräch beim Fachhandwerker.





# SEITENWEISE ENTSPANNUNG

## Mein Zuhause

Elektronik ist die Modernisierung

Hager Zuhause.de

hager



### ZUKUNFTSWEISEND MODERNISIEREN – MIT ELEKTROTECHNIK, DIE MEHR KANN!

Wissen denken Sie, wenn Sie Modernisierung leisten? Vielleicht kommen Ihnen zunächst Heizung, Sanitärinstallationen oder neue Fenster in den Sinn. Aber es gibt einen Bereich, der häufig übersehen wird: Elektroarbeit. Dabei lohnt gerade durchdachte

Elektronikinstallation einen entscheidenden Beitrag zum Wohlfühlen in den eigenen vier Wänden. Lernen Sie die Möglichkeiten kennen, Ihre individuellen Wunschvorstellungen bei der Modernisierung zu berücksichtigen. Damit auch bei Ihnen die Zukunft eintrifft!



In Laufe der vergangenen zwei Jahrzehnte hat sich in der Wohnungsbauweise verändert – neue Materialien, neue Technik und neue ästhetischer Hagen Design geprägt. Als modernster Teil gilt die Elektroarbeit an der Wand. Aber die Technik der elektrischen Geräte, die heute in einer Vielzahl vorhanden sind, ist längst nicht angekommen. Und auch die Anforderungen, die Sie an die Elektroarbeit stellen, haben sich verändert. Die meisten Elektroarbeiten werden heute nicht mehr von Hand, sondern mit Hilfe von Spezialwerkzeugen durchgeführt. Das bedeutet, dass Sie sich für die Elektroarbeit entscheiden müssen, die Sie in Ihrer Wohnung durchführen lassen. Und das ist eine Entscheidung, die Sie nicht leichtfertig treffen sollten. Denn die Elektroarbeit ist eine Investition, die sich langfristig auszahlt. Und das ist ein Vorteil, den Sie nicht übersehen sollten.

#### LESE: MODERNISIERER



**30** Jahre ist es her, dass ich mich zum ersten Mal mit der Elektroarbeit beschäftigt habe. Damals war ich noch ein junger Mann und habe mich für die Elektroarbeit interessiert. Seitdem habe ich mich immer mehr mit der Elektroarbeit beschäftigt. Und das ist ein Bereich, der mich immer mehr interessiert. Denn die Elektroarbeit ist eine Investition, die sich langfristig auszahlt. Und das ist ein Vorteil, den Sie nicht übersehen sollten. Denn die Elektroarbeit ist eine Investition, die sich langfristig auszahlt. Und das ist ein Vorteil, den Sie nicht übersehen sollten.

#### LESE: THEMEN

**WISSEN** Wissen ist die Grundlage für die Modernisierung. Und das ist ein Vorteil, den Sie nicht übersehen sollten. Denn die Elektroarbeit ist eine Investition, die sich langfristig auszahlt. Und das ist ein Vorteil, den Sie nicht übersehen sollten.



DESIGN

## STRAHLENDE LICHTBLICKE FÜR INDIVIDUELLES WOHNDESIGN

Früher musste Elektrotechnik vor allem eins können: funktionieren. Heute kann sie nicht nur ein viel größeres Leistungsspektrum abdecken, sondern dazu auch noch gut aussehen. Mit dem Schalterprogramm kallysto® beispielsweise verwandelt Sie Ihre Lichtschalter und Steckdosen in maßgeschneiderte Elemente des Raumdesigns. Statt nur zwischen hell und dunkel zu wechseln, sorgen ausgewählte Beleuchtungsszenarien für stimmungsvolles Ambiente aus Licht – ganz nach Ihren Gestaltungswünschen. Und selbst ein Sicherungskasten kann richtig tolle Oberflächen- und Farbauswahl bieten: lassen Ihrem Wohnkonzept angepasst werden. Funktion und Dekoration verbinden sich so zu einem Wohnambiente, das so individuell ist wie Sie.

**KUNST ZUM ANFASSEN: DAS SCHALTERPROGRAMM kallysto®**

Sie bei der Einrichtung Ihres Zuhauses achten Sie auf jeden Detail. Von der Couch über die bis zum Buchstall werden Sie jeden Gestaltungselement mit Blick auf das Gesamtbild – Lichtschalter selbstverständlich eingeschlossen. Das Schalterprogramm kallysto® bietet eine breite Palette individueller Designs und blickt dabei auch, dass persönliche Note mit perfekter Optik einbringen kann.

**GANG HIER STELLE** Sie sind ein Fan von klaren Formen und modernen Materialien? Dann ist die aktuelle Designreihe kallysto von der Range 10 für Sie. In warm gehaltenen Materialien wie weißer Formica, glänzendem Metall oder auch in der Natur des Holzes, können Sie Ihre Lichtschalter und Steckdosen individuell gestalten. Oder Sie lassen sich von der Range 20 inspirieren, die sich in edlen Materialien wie Holz, Stein oder Metall ausstrahlt. Die Programmvarianten sind so vielfältig wie Ihre Vorstellungen.

**QUI KOMMEN!?** Sie mögen es auch traditionell? Oder Sie bevorzugen etwas moderner? Dann ist die Range 30 für Sie. Sie bieten Ihnen eine große Auswahl an Materialien und Farben, die sich perfekt in Ihr Interieur einfügen lassen. Die Range 30 ist die perfekte Wahl für Sie, die Sie Ihre Lichtschalter und Steckdosen in Ihrem Zuhause einbringen möchten.

**GRANZENLOSE GESTALTUNGSMÖGLICHKEITEN**

Die Hager Steckdosenprogramm kallysto ist mit der richtigen Gestaltungsidee in der richtigen Gestaltungsmöglichkeit. Die integrierte LED-Licht- und Beleuchtung in einem Bewegungsmotor können Sie für ganz besondere Momente.

### WIE VIEL EINDRUCK KÖNNEN 64 CM² HINTERLASSEN? IM GESPRÄCH MIT ERWIN VAN HANDEHOVEN

**MEIN ZUSATZ: Lichtschalter sind klein und wenig beachtet. Wie können sie dennoch zum Raumdesign beitragen?**

ERWIN: Schalter werden häufig beachtet, stehen aber ein wenig im Schatten. Das ist schade, denn sie sind ein Teil des Innenraums. Sie sind ein Teil des Innenraums, der den Raum ausmacht. Sie sind ein Teil des Innenraums, der den Raum ausmacht. Sie sind ein Teil des Innenraums, der den Raum ausmacht.

**MEIN ZUSATZ: Welche Rolle spielen neben Farbe und Form dabei unterschiedliche Materialien?**

ERWIN: Die Farbe spielt eine wichtige Rolle. Die Farbe ist ein Teil des Innenraums. Sie ist ein Teil des Innenraums, der den Raum ausmacht. Sie ist ein Teil des Innenraums, der den Raum ausmacht. Sie ist ein Teil des Innenraums, der den Raum ausmacht.

**MEIN ZUSATZ: Wie sehen Sie die großen Trends im Bereich Elektrotechnik und Design?**

ERWIN: Die Nutzung von Smart Home ist ein großer Trend. Die Nutzung von Smart Home ist ein großer Trend. Die Nutzung von Smart Home ist ein großer Trend. Die Nutzung von Smart Home ist ein großer Trend. Die Nutzung von Smart Home ist ein großer Trend.

**MEIN ZUSATZ: Für welche Schalter entscheiden sich immer, der es ist über Ihre Verantwortung?**

ERWIN: Die Verantwortung ist ein großer Teil des Innenraums. Die Verantwortung ist ein großer Teil des Innenraums. Die Verantwortung ist ein großer Teil des Innenraums. Die Verantwortung ist ein großer Teil des Innenraums. Die Verantwortung ist ein großer Teil des Innenraums.

Neue Materialien, neue Technik, neue Vorschriften: Der Wohnungsbau verändert sich rasant. Immer vorneweg in der Entwicklung – die Elektrotechnik. Allein die Anzahl der elektrischen Geräte, die heute in einem Haushalt anzutreffen sind, ist sprunghaft angestiegen. Und so auch die Anforderungen, die an die Elektroinstallation gestellt werden.

## DAS BAUHERREN-JOURNAL

„Mein Zuhause“ von Hager liefert Anregungen, wie Bauherren aktuelle Elektrotechnik bei der Modernisierung berücksichtigen können. Von der innovativen Einzellösung bis zum perfekt durchdachten System – alles ist praktisch sortiert nach den Themenschwerpunkten Sicherheit, Design, Komfort und Energie-Effizienz. Das komplett von Schlasse entwickelte Journal erscheint im Frühjahr und im Herbst; Jahreszeiten, in denen für gewöhnlich die Entscheidung für oder gegen eine Modernisierung gefällt wird. Bei der Konzeption dieses Mediums lag unser Fokus darauf, dem Fachhandwerker die Ansprache seiner Kunden zu erleichtern.



# ALLES ANDERE ALS OBERFLÄCHLICH: DUROPAL

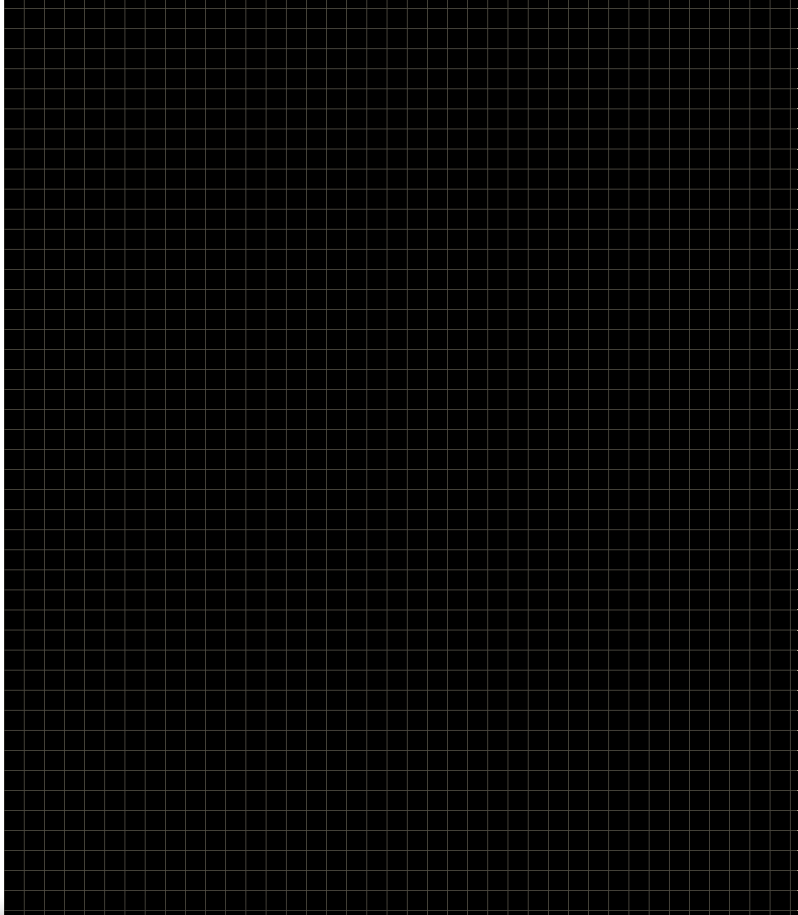
Alle Schönheit ist vergänglich, sagt man. Dabei liefert Duropal bereits seit Jahrzehnten den eindrucksvollen Gegenbeweis. In Form von HPL, einem faszinierenden Werkstoff, der Robustheit und gestalterischen Anspruch auf einzigartige Weise vereint. Dass die große Auswahl neuester Designtrends die Qual der Wahl nicht unbedingt erleichtert, nimmt der Traditionshersteller aus Arnsberg in Kauf – denn wer schön sein will, muss auch ein bisschen leiden ...

Produktfolder zur Markteinführung der 3-D-Oberfläche Duropal Illusion.





Schon als die ersten Muster eintrafen, war klar: Illusion – die innovative Oberfläche mit 3-D-Effekt – ist etwas ganz Besonderes. So besonders, dass Schlasse eigens für die Markteinführung einen Folder entwickelt hat. Dieser fügt sich nahtlos in die von uns betreute allgemeine Produktkommunikation des Unternehmens aus Arnsberg ein. Und dass Illusion auf der Interzum 2011 mit dem „Best of the Best“ Award für intelligentes Material und Design ausgezeichnet wurde, werten wir als Beleg für einen gelungenen Start!

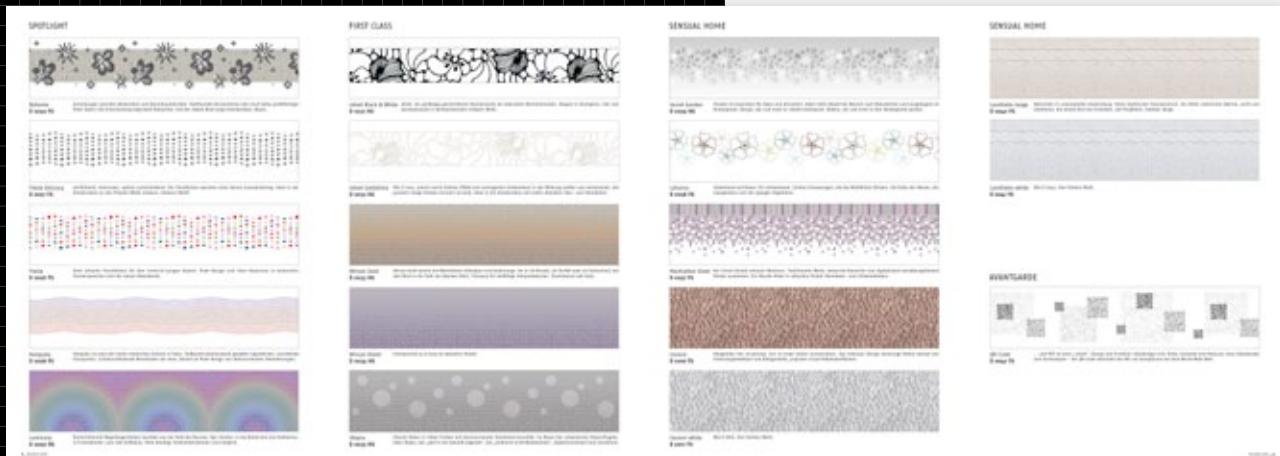






## MIT DRUCK IN DEN MARKT

Die individualisierbaren Digitaldruck-Dekore unter dem Namen Duropol LOOK! revolutionieren die Gestaltungsmöglichkeiten von Innenausbauern. Zur Markteinführung steuerte Schlasse Wortmarke und Produktbroschüre bei. Und über die Entwicklung eines Dekors mit Schlasse-Logo ist das letzte Wort noch nicht gesprochen.



Broschüre  
für Duropol  
LOOK! – das  
individuelle  
Digitaldruck-  
Dekor.







# ALLES IM KASTEN – BEI GRUNDIG VIDEOSICHERHEIT

Anzeigenmotiv für die  
Einführungskampagne in  
Deutschland.



Qualität hat ein entscheidendes Maß:  
Ihr Lächeln!

Setzen Sie auf den kleinsten aber entscheidenden Unterschied! Als sofort können Sie sich wieder auf erstklassige Qualität und durchsichtige Technik aus dem Hause Grundig verlassen. Für Sicherheitstechnik, die Ihre, was sie verspricht - im laufenden Betrieb genauso wie bei der Installation und Wartung. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.grundig-cctv.com](http://www.grundig-cctv.com).

Preisnachlass: 10% auf die Preise für Video- und Audio-Produkte.

Exklusiv erhältlich bei: **AASSET Security GmbH** • [www.aasset.de](http://www.aasset.de)

**AUS GUTEM  
GRUND  
GRUNDIG**





Packungsgestaltung unter Berücksichtigung der Corporate-Design-Vorgaben des Lizenzgebers GRUNDIG.

Wenn es um Sicherheitstechnik geht, ist deutsche Wertarbeit gefragt wie nie. Entsprechend begeistert hat der Markt die Rückkehr einer Marke von Weltruf aufgenommen: GRUNDIG ist wieder da – und überzeugt als Lizenzmarke für Videosicherheit mit Qualität designed in Germany.

## DIE KOMMUNIKATIVE VOLLAUSSTATTUNG

Die Wiedereinführung von GRUNDIG wird von Schlasse umfassend begleitet. Von der Einführungskampagne im deutschen Markt über Präsentationssysteme für Messen und Akquiseveranstaltungen bis zur Packungsgestaltung. Da der GRUNDIG-Lizenznehmer ASP AG Vertriebspartner in diversen Zielmärkten sucht, entwickelte Schlasse eine Werbemitteltoolbox, mit deren Hilfe neue Distributoren die Einführungskampagne einfach adaptieren können.



# MEHR EMOTIONEN FÜR **VAILLANT** EXZELLENZ PARTNER

Die Durchblicker unter den Heizungs- und Sanitärbetrieben sammeln schon lange als Vaillant Exzellenz Partner Bonuspunkte. Das Kundenbindungssystem ist dank attraktiver Prämien sehr erfolgreich, setzt aber vor allem auf wirtschaftlichen Mehrwert. Jetzt entwickeln sich neue Dimensionen!





## HOT WATER NEWS

Wie lässt sich die Identifikation mit einem Bonussystem steigern, das irgendwo zwischen Heizungsinstallation und Punktekonto stattfindet? Indem wir auf einem zusätzlichen Kanal emotional und lesenswert kommunizieren! Schlasse entwickelte genau zu diesem Zweck im Rahmen eines Relaunches des Kundenclubs ein Magazin. Vom Redaktionskonzept über die Recherche bis zur Reisereportage sind so seit 2010 zwei Ausgaben des „VEP Magazins“ mit einem Umfang von je 32 Seiten entstanden. Und zwischen den Zeilen steht immer die entscheidende Botschaft: Ihr seid wertvolle Partner für Vaillant!



Mit Vaillant nach Thailand: Reisereportage eines Exzellenz Partners.

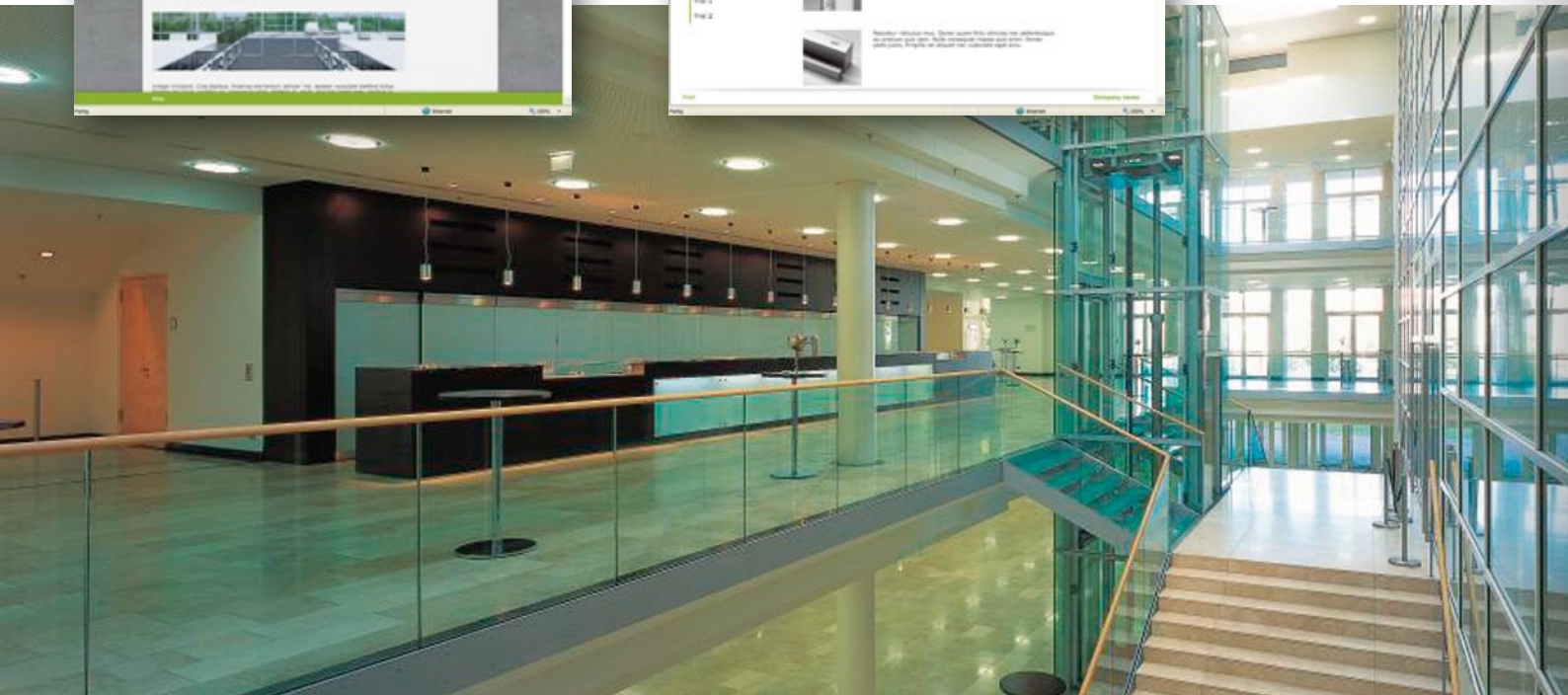
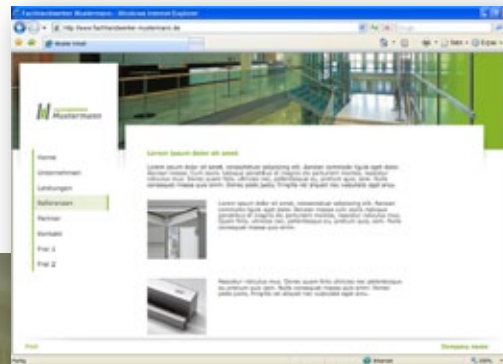


Leitartikel der zweiten Ausgabe zum Thema „Energetische Sanierung“.



# IM NETZ MIT DORMA

Ob informieren oder einkaufen; ob privat oder beruflich: Das Internet ist längst allgegenwärtig. Wer das nicht berücksichtigt, verliert leicht den Anschluss. Viele Handwerksbetriebe sind aber aktuell mehr schlecht als recht im Netz. Das gilt es zu ändern – zumindest für DORMA System-Partner!





## FRISCH ANS WEB!

Mit dem Basispaket Internet können DORMA System-Partner ihre Website einer digitalen Frischzellenkur unterziehen – einfach, schnell, zu exklusiven Konditionen! Schlasser konzipierte und realisierte die Vermarktung dieses Leistungspaketes. Zu den entwickelten Maßnahmen gehören eine Anzeige, ein mehrstufiges Mailing, dessen erste Aussendung eine Umverpackung in Form eines Laptops beinhaltete, eine Informationsbroschüre und eine überarbeitete Projektcheckliste. Zudem wurde für den DORMA Vertrieb ein Argumentationsleitpfaden erstellt.



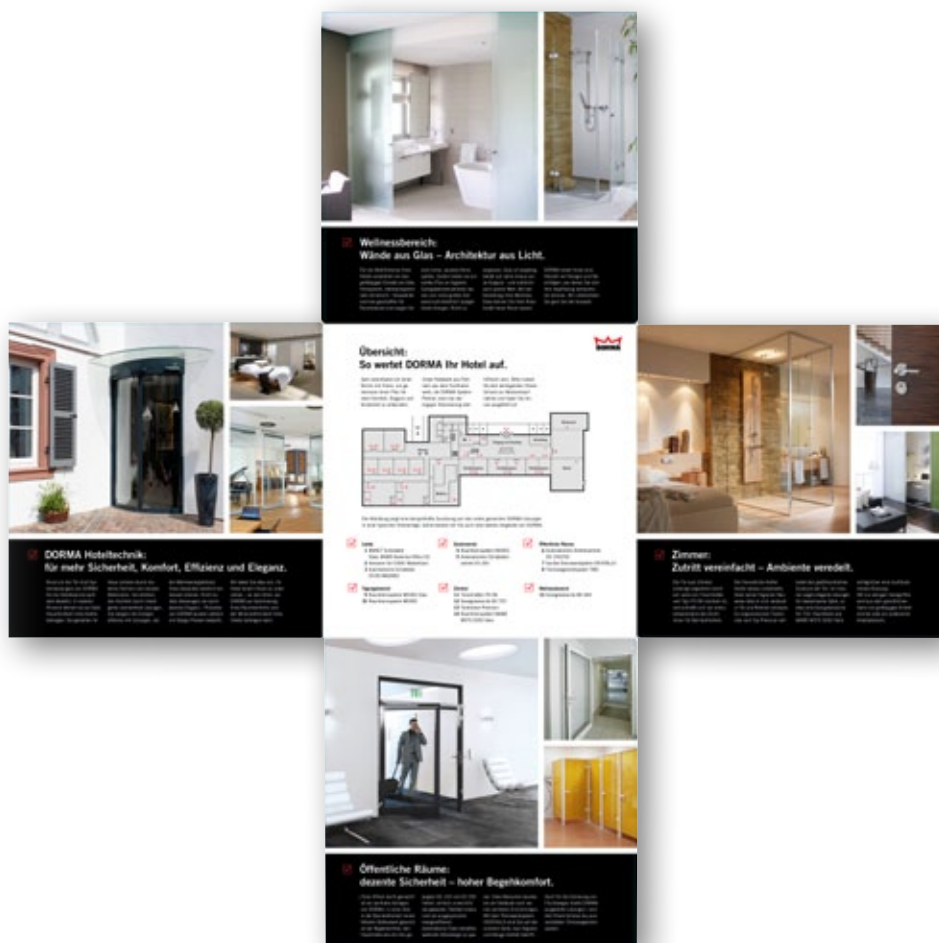


# ZUGANG ZU DEN BESTEN HÄUSERN

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Das gilt nicht zuletzt auch für Hotels. Mit DORMA fällt man nicht gleich mit der Tür ins Haus, sondern vertraut auf Premium-Zugangslösungen, die einladend und elegant zugleich wirken.







## ÜBER KREUZ MIT DER BERATUNG

Für Schlasse galt es, dieses Versprechen in einer Broschüre an Entscheider aus dem Hotelbereich zu kommunizieren. Neben einem quadratischen Format wählten wir eine ungewöhnliche Kreuzfalzmechanik, um Raum für Raum die Anforderungen der Hotelbranche und die Lösungen von DORMA zu präsentieren. Der Broschüre liegt auch ein Check-Scheck bei, mit dem die Hotel-Betreiber ihre eigenen Ansprüche erfassen können. Zudem dient dieser Beileger als Gutschein für eine kostenlose persönliche Beratung.



# SCHLASSE SHORTCUTS

GRÜNDUNG 1959

GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER Anja Schumacher, Karlheinz Lohmann

MITARBEITER 30

MARKEN & ETATS  
Ausgabe 01/11

MICHELIN | Landwirtschaftsreifen Europa  
MICHELIN | MICHELIN BIB-Xperts  
GROHE | Zielgruppenmarketing  
HAGER | Projektaufgaben  
DUROPAL | Gesamtetat  
ASP | Gesamtetat GRUNDIG Videosicherheit  
VAILLANT | Zielgruppenmarketing  
DORMA | DORMA System-Partner &  
Kommunikation Area Germany



## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

Schlasse GmbH Für Kommunikation  
Bahnstraße 50  
40699 Erkrath  
Fon +49 211 520323-0  
Fax +49 211 520323-99  
[schlasse@schlasse.de](mailto:schlasse@schlasse.de)  
[www.schlasse.de](http://www.schlasse.de)

### REDAKTION/GESTALTUNG/TEXT

Schlasse GmbH Für Kommunikation  
[sehstaerken@schlasse.de](mailto:sehstaerken@schlasse.de)

### ONLINE-AUSGABE

[www.schlasse.de/sehstaerken](http://www.schlasse.de/sehstaerken)

Alle Rechte sind vorbehalten. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung des Herausgebers wieder. Nachdruck und elektronische Verbreitung von Artikeln, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Redaktion.



