

NACHHALTIG KAMPAGNE FÜR ECOPLANTS VON SMS MEER
PROFILIERT NEUAUSRICHTUNG PARTNERPROGRAMM FÜR DORMA
AUSDRUCKSSTARK MARKTEINFÜHRUNG FÜR DUROPAL DEKOR

SIEHT GUT AUS!

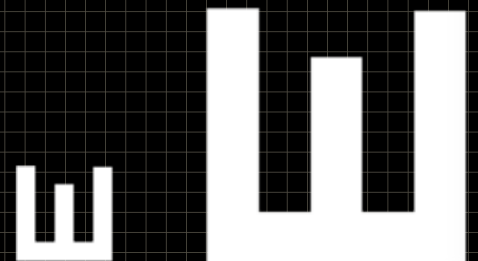
Liebe Leser,

Sie sehen richtig: Auch in der zweiten Ausgabe unseres Kundenmagazins SEH**STÄRKEN** präsentieren wir Ihnen eine Auswahl unserer aktuellen Arbeiten. Von der Microsite über die Eventeinladung bis hin zur Vkf-Promotion: Seit der letzten Ausgabe waren wir auf nahezu allen kommunikativen Feldern aktiv. Immer durch die Kundenbrille blickend und den Nutzen für die Kunden unserer Kunden im Visier. Die Ergebnisse: weitsichtige Konzepte und sehenswerte Kreation – ganz gleich, ob für Düngemittel, Brandmelder oder Küchenarmaturen. Schauen Sie ruhig genauer hin. Wir freuen uns wie immer über Ihre scharfen Anregungen und Anmerkungen!

Schöne Einblicke wünschen Ihnen

Karlheinz Lohmann
Geschäftsführender Gesellschafter

Anja Schumacher
Geschäftsführende Gesellschafterin



Gut geölt: Markenrelaunch für Maxfry®	04
Meer natürlich: Markteinführung für Ecoplants von SMS Meer	06
Gelungener Auftritt: SMS Meer auf der Tube & wire 2012	10
Beispiellos: Referenz-Tool für Hager-Website	12
Volltreffer: EM-Promotion für GROHE	14
Düngen 2.0: Kampagne für OCI Agro	16
Blickfang HPL: Markteinführung des Dekors Duropol Reflexions	18
Prise Tiefgang gefällig? Das ESSER Partnertreffen 2012	22
CRM mit Profil! Die Neuausrichtung der DORMA System-Partner	24
In der Offensive: die MICHELIN X-Challenge 2012	26
Von Grund auf: das Bodenbuch für MICHELIN Landwirtschaftsreifen	28

RELAUNCH WIE GEÖLT

Berliner, Backfisch oder Pommes stehen bei jedem mal auf der Speisekarte. Doch kaum einer weiß, warum und wann Frittiertes besonders gut schmeckt.

Maxfry® hat es sich als Hersteller und Vertreiber von Zutaten zum Ziel gesetzt, die speziellen Eigenschaften von Frittierölen zu optimieren. Das Unternehmen möchte nun weiter expandieren und den Eintritt in die Lebensmittelindustrie vorantreiben.

MODERN, PROFESSIONELL, KOMMUNIKATIV

In diesem Zusammenhang wurde die Marke Maxfry® einem kompletten Relaunch unterzogen. Dieser beinhaltete sowohl die Gestaltung eines neuen Logos als auch die eines modernen Corporate Designs. Passend zu diesem Unternehmensauftritt wurden u. a. Visitenkarten, die Geschäftsausstattung sowie ein PowerPoint-Master umgesetzt.

Zudem erarbeitete Schlasse ein Konzept für den Markteintritt in die Lebensmittelindustrie. Hieraus werden derzeit die ersten Maßnahmen entwickelt: eine spezielle Broschüre für die kartoffelverarbeitende Industrie sowie die Website des Unternehmens.



MEHR NACHHALTIGKEIT



WAGEN

SMS Meer ist ein international führendes Unternehmen im Schwermaschinen- und Anlagenbau. Auch in dieser Branche gewinnt das Thema Nachhaltigkeit stetig an Bedeutung. Deshalb hat SMS Meer Ecoplants ins Leben gerufen: ein Erkennungszeichen für ökonomisch wie ökologisch vernünftige Lösungen. SMS Meer entwickelte in Kooperation mit Schlasse und unserem Inhouse-Partner designambulanz hierzu die werblichen Maßnahmen für die Markteinführung.

VON DER VISION ZUR WIRKLICHKEIT

Im Zentrum der Kampagne steht das eindrucksvolle Key-Visual. In surrealer Form erscheint die Vision von der nachhaltigen Fabrik als integraler Bestandteil einer Naturlandschaft. Die zwölfseitige Kompetenzbroschüre erläutert ebenso wie ein Web-Auftritt innerhalb der Homepage von SMS Meer das Prinzip, die Kriterien und die vier aktuellen Referenzen von Ecoplants.



Den Film jetzt
online anschauen!

ECOPLANTS – DIE IDEE

Aus Verantwortung für Umwelt und Wirtschaft

Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen mit wirtschaftlichem Wachstum ist eine Herausforderung, die sich weltweit in nahezu allen Märkten stellt. Auch und gerade in der Maschinenindustrie mit ihrem vergleichsweise hohen Energieverbrauch stellt dieses Thema eine zunehmend wichtige Rolle. SMS MEER hat dies erkannt und findet mit den EcoPlants-Lösungen die besten Lösungen gleichzeitig erreicht werden.

EcoPlants ist unser neues Schwingungsschütz für nachhaltige Lösungen. Damit tragen wir dem Umweltbewusstsein, dem Nachhaltigkeits- und zum notwendigen Faktor für das Wohlbefinden unserer Kunden entscheidend bei - aus ökonomischen wie ökologischen Gründen. Ökonomie, weil Energie- und Rohstoffeffizienz Kosten reduziert. Ökologie, weil der Schutz von Ressourcen immer wichtiger wird. Beides Aspekte von EcoPlants-Lösungen gerecht.



UWENDEUNG

Die Idee zu EcoPlants kam vom Team der R&D. Sie ist ein Ergebnis der Zusammenarbeit von SMS MEER, der weltweit führenden Hersteller von Schwingungsschützern, mit der R&D der Kunden, die die Entwicklung von EcoPlants ermöglicht haben. In der Produktion werden sie von der R&D der Kunden, die die Entwicklung von EcoPlants ermöglicht haben.

WIRTSCHAFTLICH

Die Idee zu EcoPlants kam vom Team der R&D. Sie ist ein Ergebnis der Zusammenarbeit von SMS MEER, der weltweit führenden Hersteller von Schwingungsschützern, mit der R&D der Kunden, die die Entwicklung von EcoPlants ermöglicht haben.

WIRTSCHAFTLICH HANDELN – NACHHALTIG WACHSEN

Die EcoPlants-Lösungen von SMS MEER

**SMS
MEER**
SMS group

ECOPLANTS – NACHHALTIG INTEGRIERT

Vom Müsliriegel für die Messetheke über die doppelseitige Anzeige bis hin zum Image-Film: Ecoplants wird über alle Kanäle an die Branche und auch an die eigenen Mitarbeiter kommuniziert. Nicht ohne Grund. Schließlich ist das Thema Nachhaltigkeit bisher noch von keinem Wettbewerber in größerem Umfang kommuniziert worden. SMS Meer gewinnt mit der konsequenten Besetzung dieses Themas ein Alleinstellungsmerkmal.

Ecoplants wurde zur Tube & wire 2012 eingeführt. Es war ein wichtiges Thema auf dem diesjährigen Messestand und besetzte optisch eine zentrale Position.



QUALITÄT VERBINDET – **SMS MEER** AUF DER TUBE & WIRE 2012



Alle zwei Jahre treffen sich die Branchen für Rohre und Draht in Düsseldorf zur „Tube & wire“. Für SMS Meer ist diese Doppelveranstaltung die wichtigste Messe weltweit. In diesem Jahr stand die Kundenorientierung im Mittelpunkt der Messekommunikation, bündig ausgedrückt in dem Satz: „Qualität verbindet.“

Was in Messeeinladung und -anzeige seinen Anfang genommen hatte, setzte Schlasse in Zusammenarbeit mit dem Inhouse-Partner designambulanz konsequent fort: Das Key-Visual empfing die Messebesucher bereits am Flughafen. Es fand sich natürlich auch auf den Außenwänden der Messehallen wieder, in Form gigantischer Plakate, wie auch als Bannerfolge in den Gangways des Messegeländes. Ein Film, der an ausgewählten Schlüsselpositionen gezeigt wurde, sowie Lanyards, die an den Eingängen verteilt wurden, rundeten das Kommunikationspaket ab. Insgesamt ein ebenso spektakulärer wie gelungener Auftritt!



Den Film jetzt
online anschauen!

VORZEIGBAR: DAS NEUE REFERENZ-TEMPLATE VON **HAGER**



Wer sagt eigentlich, dass Elektroinstallationssysteme immer nur funktional und unansehnlich sein müssen? Dabei sind es gerade diese Details, die ein stimmiges Ganzes ergeben.

Als Spezialist für Elektroinstallationen und Schaltsysteme geht Hager hier mit guten Beispielen voran. Die Aufgabe für Schlasser: Wie können diese Referenzen im Internet ansprechend präsentiert werden?

BEISPIELHAFT ÜBERZEUGEND

Vor allem für Architekten und Elektroplaner lohnt sich ein Klick in die Referenzen auf hager.de. Das neue Referenz-Template bietet vielfältige interaktive Funktionen. Während die Galeriedarstellung zu einem Gesamtüberblick verhilft, führt das Filtersystem schnell zum gewünschten Objekt. Ausdifferenzierte Suchkriterien nach Produktgruppe, Gebäude- und Projekttyp erleichtern eine schnelle und übersichtliche Suche. Das Referenz-Template besticht durch seinen hohen Designanspruch, der sich sowohl grafisch als auch konzeptionell in das Webkonzept einfügt. Es wird demnächst online gehen.





YOU'LL NEVER WORK ALONE!

Bei der EM 2012 in Polen und der Ukraine sitzen GPC-Partner in der ersten Reihe – und zwar zusammen mit ihren Kunden. Denn der GROHE Profi Club schickt drei heiße Aktionspakete auf den Platz. Darin steckt alles, was die Partner für ein eigenes Fußball-Event brauchen: Torwand mit Ball, Biertischgarnitur, Grill-Set, Ankündigungsposter, Fanausrüstung, eine Vorlage für ein Einladungs mailing und eine Checkliste zur Planung und Durchführung der Veranstaltung. Von Schlasse schick verpackt, aufmerksamkeitsstark ausgelobt und mit Key-Visual plakativ präsentiert!

Und für alle GPC-Partner, die trotz Fußball noch ein bisschen ans Arbeiten denken, läuft parallel eine Verkaufsförderungsaktion für Bad- und Küchenarmaturen. Mit attraktiven Maßnahmen zur Vermarktungsunterstützung und – wie sollte es auch anders sein – Fußball-Zugaben!



Folder für die GROHE Aktionspakete zur EM 2012



Volltreffer Vkf! Folder für die GROHE Prämienaktion zur EM 2012

WACHSTUMSFÖRDERND: DIE KAMPAGNE FÜR **OCI AGRO**



Lesen, was Wachstum schafft: die
Microsite für OCI Agro

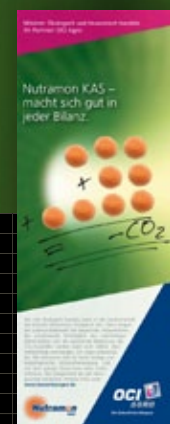
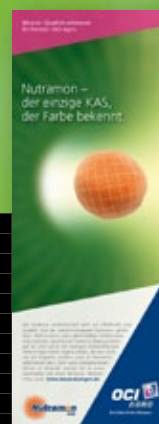
Aus alt mach neu: Der traditionsreiche Düngemittelhersteller DSM Agro ist im Jahre 2010 in den Besitz der ägyptischen Orascom Construction Industries übergegangen. Die Stickstoffdünger, vor allem die hochwertigen Bestseller Nutramon KAS und Granular 3, werden nun unter dem Herstellernamen OCI Agro vertrieben. Grund genug, die Bekanntheit der neuen Marke aufzubauen und gleichzeitig die einzelnen Düngemittel wirkungsvoll zu bewerben.

BODENSTÄNDIG UND ZUKUNTSORIENTIERT

Unter dem Konzept „Die Zukunft des Düngens“ entwickelten die Landwirtschafts-Spezialisten von Schlasse ein umfassendes Paket an Werbemitteln, das auf die Notwendigkeit moderner, effizienter Düngemittel hinweist. Herzstück der Kampagne ist die Microsite besserduengen.de, die Landwirte und Händler umfassend informiert und interaktive Elemente wie etwa einen Händlermelder enthält. Zudem wurden eine Imagebroschüre und diverse Produktfolder produziert. Ein Mailing an den Handel ermöglicht es, Werbemittel für den Verkaufsraum zu bestellen. Derzeit laufen bei Schlasse zudem die Vorbereitungen der DLG-Feldtage 2012 auf Hochtouren. Hierfür benötigt OCI Agro ein komplettes Kommunikationspaket: von der Zeltausstattung über Infomaterial und Schautafeln bis hin zu einem Gewinnspiel und den Give-aways.

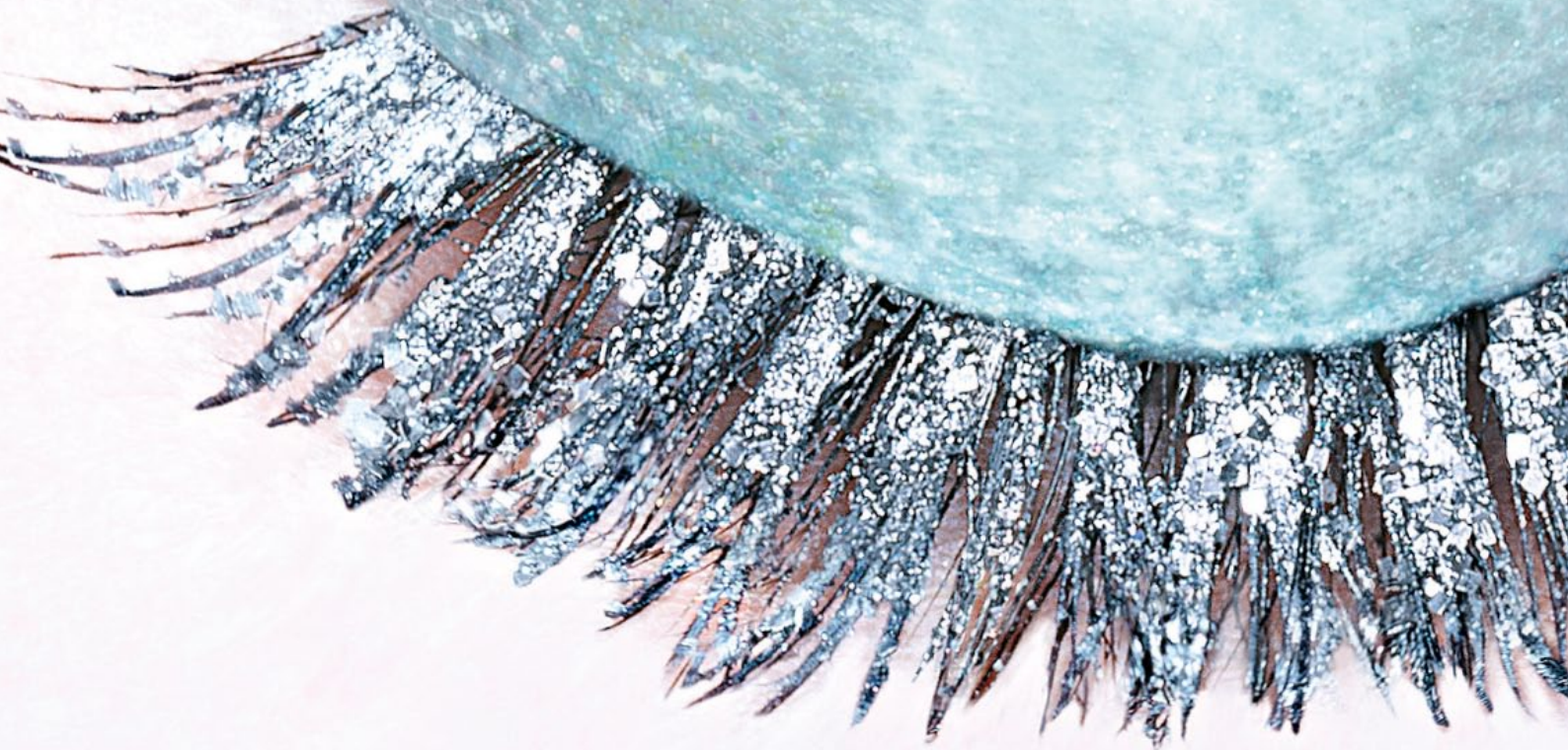


Für florierende Geschäfte: die Image- und Produktbroschüren



Breit gestreut: die Anzeigenkampagnen in vielen wichtigen Agrar-Titeln

DER NEUE STAR AM HPL-HIMMEL: **DUROPAL REFLEXIONS**





Ein einzigartiges Fertigungsverfahren, eine aufregende Optik und ein Interior Innovation Award 2012 sind gute Voraussetzungen für eine Karriere in der Welt des Innen-, Objekt- und Möbelbaus. Für die Markteinführung von Duopal Reflexions lassen es Duopal und Schlasse funkeln.

ZIEHT BLICKE AUF SICH

Ein echtes Highlight zu vermarkten, macht natürlich Spaß. Vor allem, wenn man von Anfang an beteiligt ist. Schlasse hat sowohl den Namen als auch das Key-Visual für den Auftritt von Duopal Reflexions entwickelt. Und dabei konsequent die eigentliche Innovation inszeniert: Genau wie die metallisch schimmernden Partikel in der Oberfläche von Duopal Reflexions ist auch die Kommunikation ein echter Hingucker.

**DUOPAL
REFLEXIONS**

AUSSERGEWÖHNLICH
AUSDRUCKSSTARK

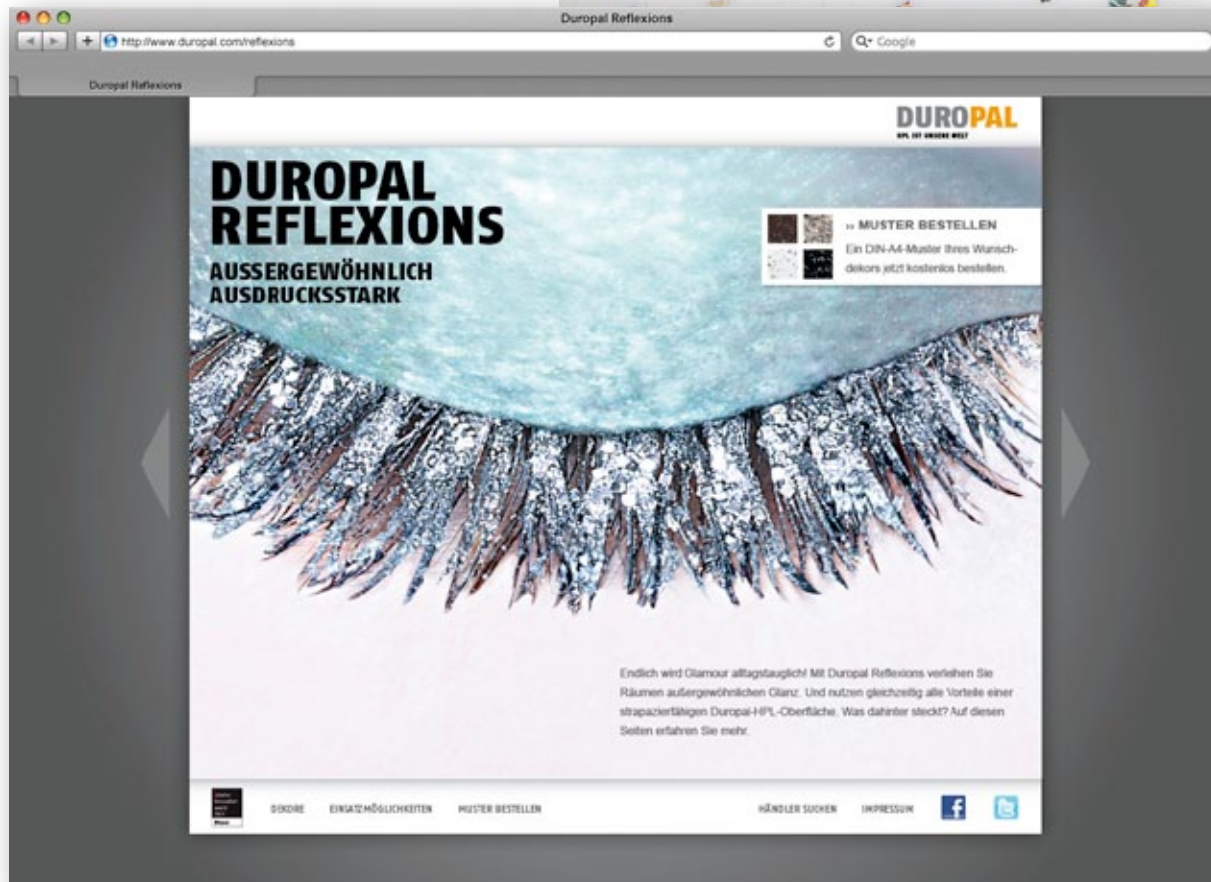
altstar
innovation
award
2012

Endlich wird Glamour alltagstauglich! Mit Duopal Reflexions verleihen Sie Klängen außergewöhnlichen Glanz. Und nutzen gleichzeitig alle Vorteile einer strapazierfähigen Duopal-Holz-Oberfläche. Das Gesamte: metallisch schimmernde Partikel in der Beschichtung, die je nach Perspektive immer wieder anders wirken. Setzen Sie Akzente im anspruchsvollen Innen-, Objekt- und Möbelbau - mit Duopal Reflexions. Mehr erfahren Sie unter: www.duopal.com

Im Haus am Schwanenfeld 101

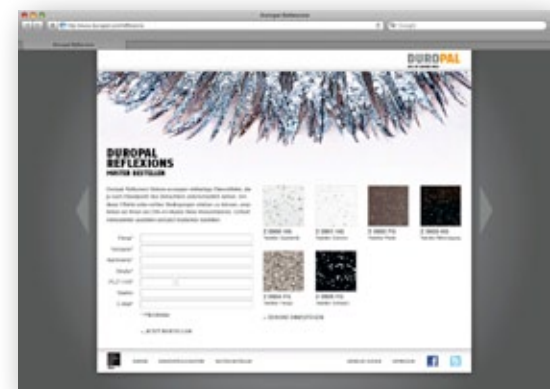
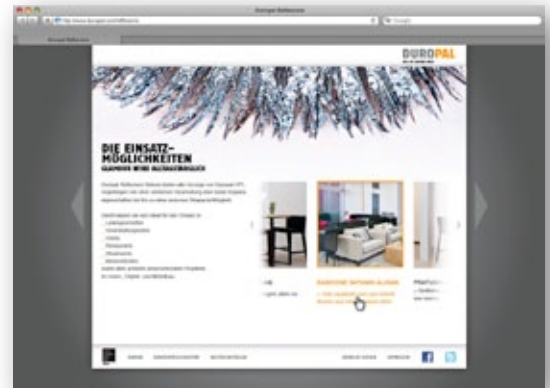
wodego

DUOPAL
Holz mit unglaublicher Vielfalt



GLAMOURÖSER AUFTRITT

Ziel der Einführungsmaßnahmen ist es, Duropal Reflexions auf breiter Basis bei Innenarchitekten, Schreimern und deren potenziellen Auftraggebern bekannt zu machen. Dazu wurde neben Broschüre, Newsletter, PR- und Fachanzeigē auch eine Microsite konzipiert, die zum interaktiven Erkunden der Kollektion und zur Bestellung von Echtmustern einlādt. Denn den besten Eindruck hinterlāsst Duropal Reflexions natūrllich im Original!



Glamour pur auch im Netz: die Microsite zur Markteinführung von Duropal Reflexions

GESCHMACKVOLLE KUNDENBINDUNG!



Tiefgang wird oft versprochen. Bei ESSER wird er in die Tat umgesetzt: Das ESSER Partnertreffen 2012 fand zum Teil 800 Meter unter Tage in einem Salzbergwerk statt! Als Kumpel auf Zeit erlebten die wichtigsten Kunden aus der Brandmeldetechnik ein abwechslungsreiches Programm aus Informationen, Innovationen und partnerschaftlichem Austausch. Schlasse streute dabei die kommunikative Würze ein – mit Key-Visual, Save-the-date-Karte, Einladung und Give-aways sowie Event-Ausstattung vor Ort.



PROFILIERT: DORMA SYSTEM-PARTNER NEU AUSGERICHTET

Nur wer sich ändert, bleibt sich treu: Das gilt auch für Partnerprogramme. Diese müssen von Zeit zu Zeit neu ausgerichtet werden, um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden. Vor diesem Hintergrund wurde das Konzept der DORMA System-Partner grundsätzlich überarbeitet.

EFFIZIENT DEN BOGEN SCHLAGEN

Zentrales Element der neuen Ausrichtung ist der sogenannte Partnerprofilbogen, der betriebswirtschaftlich relevante Faktoren abfragt. Anhand dieser Angaben kann zukünftig der Bedarf der Partner identifiziert und somit das Leistungsangebot so effektiv wie effizient ausgerichtet werden.

Neben diesen konzeptionellen Arbeiten realisierte die Agentur auch den Partnerordner, der das gebundene Leistungsprogramm ersetzt und alle wesentlichen Informationen umfasst. Zudem wurden ein aktualisiertes Key-Visual sowie ein zeitgemäßes DORMA System-Partner Logo eingeführt, die sich nahtlos in das neue, übergreifende Corporate Design der Marke DORMA, des Anbieters für Premium-Zugangslösungen und -Serviceleistungen, einfügen.



DORMA
SYSTEM
PARTNER



EINE IDEE MACHT SCHULE: DIE MICHELIN X-CHALLENGE 2012



Herausforderung
angenommen: das Logo
zur Bildungsoffensive



Vor fünf Jahren gründete der französische Reifenhersteller Michelin nach einem Konzept von Schlasse den ersten deutschen Kundenclub für den Reifenhandel: die Gemeinschaft der BIB-Xperts. Zum Jubiläum startete mit der X-Challenge 2012 eine Weiterbildungsoffensive. Dabei kann jeder einzelne BIB-Xpert mit der Teilnahme an vorgegebenen Schulungen Punkte für sein Filialteam sammeln. Die besten Teams gewinnen einen von vielen attraktiven Preisen!

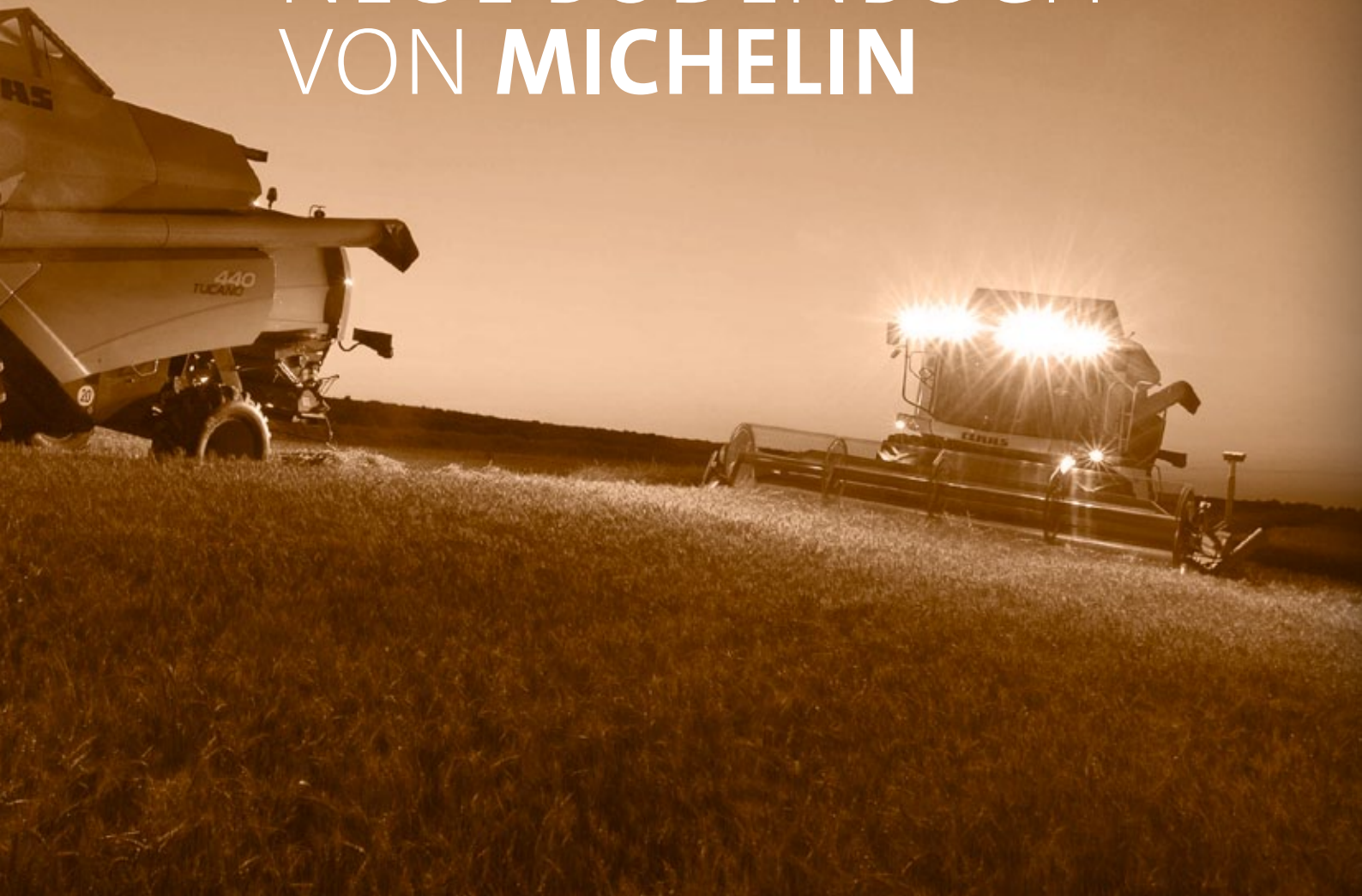
Schlasse erarbeitete neben dem Konzept auch den Auftritt auf der Website der BIB-Xperts, lud mit Mailings zur Teilnahme ein, erweiterte das bisherige Schulungsangebot und übernahm die Planung aller Maßnahmen. Flankierend berichtete das clubeigene Magazin Grip von der Aktion.



So sehen Sieger aus:
das Key-Visual der Michelin
X-Challenge 2012



TIEFGRÜNDIG: DAS NEUE BODENBUCH VON **MICHELIN**



Bei wachsendem Nahrungsmittelbedarf und begrenzten Ackerflächen muss Landwirtschaft weltweit immer effektiver werden. Traktoren und Anbaugeräte werden daher ständig leistungsfähiger – und schwerer! Durch die hohen Radlasten kommt es zu Schadverdichtungen im Boden, die das Pflanzenwachstum stören und die Erträge senken.

VON GRUND AUF INFORMIERT

Aus Verantwortung für die Natur und zur Steigerung landwirtschaftlicher Produktivität hat Michelin daher ein Bodenbuch für Landwirte entwickelt, das Tipps zur Bodenschonung aufzeigt und ganz bewusst als Informationsmedium zu verstehen ist. Schlassa übernahm die Bearbeitung, die konzeptionelle Mitarbeit und die grafische Umsetzung der 44-seitigen Broschüre. Diese ist zunächst in Deutschland, Österreich und der Schweiz, später dann europaweit erhältlich.

Im Rahmen der Woche der Umwelt unter der Schirmherrschaft von Bundespräsident Dr. Joachim Gauck wurden die ersten Exemplare des Bodenbuchs am 5. und 6. Juni 2012 auf Schloss Bellevue feierlich vorgestellt.



SCHLASSE SHORTCUTS

GRÜNDUNG 1959

GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER Anja Schumacher, Karlheinz Lohmann

MITARBEITER 30

MARKEN & ETATS
in dieser Ausgabe

Maxfry®		Gesamtetat
SMS Meer		Gesamtetat in Kooperation mit designambulanz
Hager		Projektaufgaben
GROHE		Zielgruppenmarketing
OCI Agro		Projektaufgaben
Duropol		Gesamtetat
ESSER		Projektaufgaben
DORMA		DORMA System-Partner
Michelin		MICHELIN BIB-Xperts
Michelin		Landwirtschaftsreifen Europa

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Schlasse GmbH Für Kommunikation
Bahnstraße 50
40699 Erkrath
Fon +49 211 520323-0
Fax +49 211 520323-99
schlasse@schlasse.de
www.schlasse.de

REDAKTION/GESTALTUNG/TEXT

Schlasse GmbH Für Kommunikation
sehstaerken@schlasse.de

ONLINE-AUSGABE

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.

