



# *Sehstärken 04*

B-TO-B-KOMMUNIKATION VON SCHLASSE

## *Blau machen*

---

NEUER MARKENAUFTRITT  
FÜR LEMKEN

## *Schön machen*

---

CORPORATE DESIGN FÜR  
MAXFRY® VERTRIEBSPARTNER

## *Wind machen*

---

BAUHERRENKAMPAGNE FÜR WÄRME-  
PUMPEN VON MITSUBISHI ELECTRIC

# Schön zu sehen!

Liebe Leser,

Sie trauen Ihren Augen nicht? Alles gut! Sie lesen das richtige Magazin: die Sehstärken von Schlasse. Ab sofort im neuen Look, aber wie gewohnt randvoll mit sehenswerter B-to-B-Kommunikation. Die aktuelle Ausgabe steht im Zeichen der Agritechnica 2013 in Hannover. Aus gutem Grund: Bildet doch die Weltleitmesse für Agrarwirtschaft einen Höhepunkt für viele unserer Kunden. Darüber hinaus gibt es aber noch mehr zu entdecken. Zum Beispiel Markenarbeit für den Anlagenhersteller Reflex oder die Bauherrenkampagne für Luft/Wasser-Wärmepumpen von Mitsubishi Electric. Und zu guter Letzt haben wir auch an unseren digitalen Auftritten gearbeitet. Folgen Sie uns! Es gibt einiges zu sehen.

Schöne Einblicke wünschen Ihnen



Karlheinz Lohmann  
Geschäftsführender Gesellschafter

Anja Schumacher  
Geschäftsführende Gesellschafterin

08

**Blau wirkt:** neuer  
Auftritt und integrierte  
Kampagne für LEMKEN

18

**Die Milch macht's:**  
Kampagne für GEA  
Farm Technologies

**06**

**Unkraut vergeht nicht:**  
Resistenzmanagement  
von Bayer CropScience

**04**

**Weiter Wind machen:** Bauherren-  
kampagne für Ecodan Wärme-  
pumpen von Mitsubishi Electric

**16**

**Magische Kombi:** Ein-  
führung Herbizid-Set  
von Bayer CropScience

**14**

**Arbeit am Markenhaus:**  
Branding der Unterneh-  
menszentrale von Reflex

**26**

**Augenschmaus:**  
Styleguide für den  
Maxfry® Vertriebs-  
partner Mamito

**22**

**Einladend:** Mitglieder-  
fachtagung der DORMA  
System-Partner in Dresden

**28**

**Netztauglich:**  
neue digitale Auftritte  
für Schlasse



# *Wohlfühlklima zieht ein!*

Beim Fachhandwerk hat sich mittlerweile herumgesprochen, wie gut Ecodan Luft/Wasser-Wärmepumpen sind. Deshalb legen Mitsubishi Electric und Schlasse jetzt nach. Unter dem Motto „Endlich clever heizen“ nimmt die Endkundenkommunikation Tempo auf.

Dabei geht es vor allem darum, gezielte Impulse bei Bauherren und Modernisierungswilligen zu setzen – und entstehende Sales Leads konsequent an das Fachhandwerk weiterzuleiten. Mit geeigneten Maßnahmen für die wichtigsten Phasen der Kaufentscheidung: Aufmerksamkeit schaffen mit Anzeigen in Special-Interest-Titeln, über eine Microsite für das Thema begeistern und Kontakte zum Fachhandwerker lancieren. Gleichzeitig die Möglichkeit bieten, mit einer Bauherrenbroschüre tiefergehende Informationen zu vermitteln.

... und wann kümmern Sie sich um mehr Nachhaltigkeit bei Ihrer Heizung?





Titel und exemplarische Innenseiten  
der Bauherrenbrochure



Streckenanzeige für private Bauherren



# Gemeinsam gegen Resistenzen

Unkraut-Resistenzen gegen Herbizide stellen eine zunehmende Bedrohung für die Erträge in der Landwirtschaft dar, werden aber oft nicht ernst genug genommen. Bayer CropScience hat sich dieser Thematik als einer der führenden Anbieter von Pflanzenschutzmitteln angenommen und unter dem Motto „Vielfalt ist Zukunft“ eine Kampagne gestartet, um Landwirten Lösungen und Services anzubieten. Dabei geht es nicht nur um den Einsatz wirksamer Herbizide, sondern vielmehr um ganzheitliche Lösungen wie Fruchtwechsel und Bodenbearbeitung, die die Kompetenzführerschaft von Bayer CropScience untermauern.

Im Pitch gewann Schlasse den Etat mit einem neuen Key-Visual und Maßnahmenpaketen von Anzeigen über Poster bis zu Filmbeiträgen. Im Zuge der Einweihung des „Demonstrationszentrums Resistenzmanagement Ackerfuchschwanz“ bei Soest werden die werblichen Aktivitäten in Zukunft ausgebaut.



Key-Visual für die Resistenzmanagement-Kampagne







# Blau

BLAU WIRKT BEFREIEND



**Kennen Sie das LEMKEN Gefühl?** Die Gewissheit, genau die Maschine zu finden, die mit ihrer besonderen Konfiguration das Beste für Ihren gesamten Boden bietet? Die Zuversicht, ein umfassendes Produktionsangebot aus den Bereichen Bodenbearbeitung, Aussaat und Pflanzenschutz aus einer Hand erhalten zu können? Und die Sicherheit, die Ihnen ein Leistungs- und Technologie-Führer gibt? **Lernen Sie es kennen!**



www.lemken.com

**LEMKEN**  
The Agronomic Company

BLAU WIRKT BELEBEND



**Kennen Sie das LEMKEN Gefühl?** Die Gewissheit, genau die Maschine zu finden, die mit ihrer besonderen Konfiguration das Beste für Ihren gesamten Boden bietet? Die Zuversicht, ein umfassendes Produktionsangebot aus den Bereichen Bodenbearbeitung, Aussaat und Pflanzenschutz aus einer Hand erhalten zu können? Und die Sicherheit, die Ihnen ein Leistungs- und Technologie-Führer gibt? **Lernen Sie es kennen!**



www.lemken.com

**LEMKEN**  
The Agronomic Company

BLAU WIRKT BERUHIGEND



**Kennen Sie das LEMKEN Gefühl?** Die Gewissheit, genau die Maschine zu finden, die mit ihrer besonderen Konfiguration das Beste für Ihren gesamten Boden bietet? Die Zuversicht, ein umfassendes Produktionsangebot aus den Bereichen Bodenbearbeitung, Aussaat und Pflanzenschutz aus einer Hand erhalten zu können? Und die Sicherheit, die Ihnen ein Leistungs- und Technologie-Führer gibt? **Lernen Sie es kennen!**



www.lemken.com

**LEMKEN**  
The Agronomic Company

## • wirkt – jetzt auch in Erkrath

Auch bei uns sind manche Agenturtage anders als andere: Schlasse gewann den Gesamttat der Firma LEMKEN, eines Unternehmens, das innovativ führende Landtechnik für die Bodenbearbeitung, die Aussaat und den Pflanzenschutz bietet.

Nach intensivem Agentur-Screening und einer Wettbewerbspräsentation entschied sich LEMKEN für Schlasse. Eine Zusammenarbeit, die einfach passt: LEMKEN besitzt eine große Nähe zu allen Marktteilnehmern und entwickelt Geräte für die Bedürfnisse der Landwirte. Eine Nähe, die auch Schlasse zu seinen Kunden pflegt.

Optisches Erkennungsmerkmal der neuen Kampagne ist die LEMKEN Hausfarbe Blau. Eine Farbe, die wir zu leben begonnen haben.



# *Von Alpen in die Welt*

Nach einer Neu-Positionierung, diversen Maßnahmen zur internen Kommunikation, neuen Motiven für die Image-Kampagne und konzepttragenden Produkt-Anzeigen gestaltet Schlasse derzeit auch Vertriebswerbemittel, eine Landing-Page, Give-aways und überarbeitet die Homepage – Service aus einer Hand auf allen Kanälen. Für den deutschen Markt. Und für England, Frankreich, Russland, Indien, die Ukraine, Nordamerika, China ... to be continued!



## BLAU WIRKT ÜBERZEUGEND

Sie wollen wissen, wie Blau wirkt? Dann ist es gut, dass Sie zu uns gefunden haben! Unsere neue Broschüre gibt Ihnen einen ersten Überblick und zeigt, warum Blau auf immer mehr Böden der Welt wirkt. Diese können Sie ganz einfach über den Bestell-Button anfordern!

Mehr über LEMKEN Produkte finden Sie [hier](#)



Jetzt  
Broschüre  
bestellen!



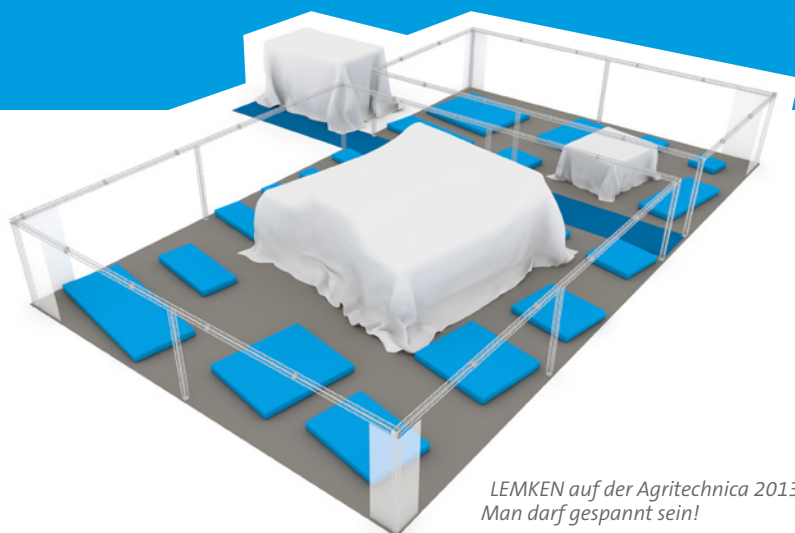
# *Willkommen, Welt der Landwirtschaft*

Im November ist es so weit: Mit der Agritechnica 2013 startet in Hannover die Weltleitmesse für die Agrarwirtschaft. Schlasse und LEMKEN sind natürlich mit dabei. Von Anfang an waren wir in die Standgestaltung eingebunden, konzipierten die Architektur und sind so nicht nur für die kommunikativen Gestaltungsmerkmale, sondern auch für das grundlegende Standkonzept verantwortlich.

Neugierig geworden?

**Antworten bei Schlasse.**

**Oder auf dem Messegelände Hannover,  
Halle 11, Stand B43,  
vom 12. bis 16. November 2013.**



*LEMKEN auf der Agritechnica 2013:  
Man darf gespannt sein!*







# Unüber- sehbar neu

So erstrahlt der Markenauftritt von Reflex jetzt an der Unternehmenszentrale im westfälischen Ahlen. Denn parallel zum Relaunch der gesamten Kommunikation wurde das neue Branding des führenden Anbieters von wasserführender Versorgungstechnik in Deutschland konsequent auf die Gebäude übertragen.

Auch für Schlasse eine nicht ganz alltägliche Aufgabe. Deshalb haben wir uns qualifizierte Unterstützung geholt und unsere Entwürfe mit einem erfahrenen Fassadengestalter abgestimmt. Wir finden, so hinterlässt Reflex bei seinen Kunden, Mitarbeitern sowie allen anderen Besuchern einen würdigen und vor allem den Markenkern ausstrahlenden Eindruck!







# Eine Kombi hebt ab

Bei der Bekämpfung von Unkräutern und Ungräsern setzen Landwirte immer mehr auf Herbizid-Produktkombinationen. Mit der Neueinführung von Hoestar® Pointer® SX® Pack von Bayer CropScience wurde ein neues Set mit zwei bewährten Wirkstoffen eingeführt, damit sich ungeliebte Besucher wie Ackerfuchsschwanz und Windhalm zuverlässig vom Acker machen.

Im Pitch gegen zwei andere Agenturen setzte sich Schlasse mit seiner Idee eines „magischen Duos“ durch. Anzeigen, Poster, Web-Banner und Mailings wurden bisher umgesetzt – Fortsetzung folgt. Die ersten Landwirte haben sich übrigens bereits auf die Spuren unserer Protagonisten begeben – im Rahmen eines Gewinnspiels durften sie sich über einen Rundflug über ihre eigenen Felder freuen.





[illegible]

**DAS ZAUBERHAFT MIT BREITENWIRKUNG**

 Bayer CropScience

*Web-Banner*



# *Die Milch macht's. GEA Farm*

Wenn es um die professionelle Milcherzeugung geht, geht an GEA Farm Technologies kaum ein Weg vorbei. Als eines der international führenden Unternehmen der Branche deckt es mit seinem Anspruch der „Total Solutions“ jeden Bereich der Milcherzeugung ab – ganz gleich, ob es um Melken und Kühlen, Hygiene und Services oder Tier- und Stalltechnik geht.

Insbesondere in Europa steht die Branche vor großen Umwälzungen: Die EU-Milchquote wird in Kürze fallen, die weltweite Nachfrage nach Milchprodukten wächst beständig. Immer weniger Landwirte, die immer größere Herden versorgen, sind die Zukunft. Vor diesem Hintergrund wurde eine Harmonisierung des Gesamtauftritts und eine neue Kampagne nötig, die visionäre und partnerschaftliche Elemente miteinander verbindet. Erneut fiel die Wahl im Pitch auf Schlasse.



# Technologies bei Schlasse gelandet



### Ideen werden Erfolg

GEA Farm Technologies – damit Zukunft planbar wird

Wer Ideen in Erfolg verwandeln möchte, braucht einen Partner, auf den er sich verlassen kann. Darum sind wir gerne an Ihrer Seite, mit innovativen Produkten aus den Bereichen Melken und Kühlen, Hygiene und Services sowie Tier- und Stalltechnik. Und das mit der ganzen Erfahrung und Kompetenz von bewährten Produktbereichen GEA – immer meine Wahl.

der GEA Farm Technologies. Was immer Sie für Ihren Milchviehbetrieb benötigen, wir haben die passende Lösung. Überzeugen Sie sich selbst in einem unserer über 100 Fachzentren in Deutschland. Sie werden sehen, warum immer mehr Milchzeuger eine Meinung teilen: GEA – immer meine Wahl.

Ein Blick in die Zukunft der Milchvieh-Milch auf youtube.com

[www.gea-farmtechnologies.com](http://www.gea-farmtechnologies.com)

engineering for a better world

GEA Farm Technologies

### Kunden werden Partner

GEA Farm Technologies – immer an Ihrer Seite

Milchzeuger verdienen beste Beratung. Nicht nur im Vorfeld von Investitionen, sondern immer wenn es nötig ist. Wir sind mit unserem bundesweit über 100 GEA Fachzentren stets an Ihrer Seite. Innovative Produkte und Lösungen aus den Bereichen Melken und Kühlen, Hygiene und Services sowie Tier- und Stalltechnik unterstützen Sie. Wir kümmern uns um Ihre Wünsche, planen und montieren Ihre Anlage und machen Sie fit für die Zukunft. Schließlich möchten wir Sie als Kunden begreifen und als Freunde verlassen. Sie werden sehen, warum immer mehr Milchzeuger eine Meinung teilen: GEA – immer meine Wahl.

Das kompetente GEA-Fach-Zentrum ist Ihre Wahl. Besuchen Sie hier oder unter [www.gea-farmtechnologies.com](http://www.gea-farmtechnologies.com) > Kontakt > Fachzentren

[www.gea-farmtechnologies.com](http://www.gea-farmtechnologies.com)

engineering for a better world

GEA Farm Technologies

### Visionen werden Wirklichkeit

GEA Farm Technologies – die Zukunft der Milchzeugung

Jeder Milchzeuger hat individuelle Vorstellungen, wie er seinen Betrieb auf die Zukunft vorbereiten möchte. Die über 100 GEA Fachzentren sind dazu da, diese Vorstellungen umzusetzen. Von der Beratung über die Planung bis zur Montage und wir mit innovativen Produkten aus den Bereichen Melken und Kühlen, Hygiene und Services sowie Tier- und Stalltechnik an Ihrer Seite – auf welche Ziele auch immer Sie Ihren Betrieb ausrichten möchten. Überzeugen Sie sich selbst von praxisgerechten Konzepten für eine erfolgreiche Zukunft. Sie werden sehen, warum immer mehr Milchzeuger eine Meinung teilen: GEA – immer meine Wahl.

Ein Blick in die Zukunft der intelligenten Milchvieh-Milch auf youtube.com

[www.gea-farmtechnologies.com](http://www.gea-farmtechnologies.com)

engineering for a better world

GEA Farm Technologies

Kompetenzanzeigen



# *Integrierte Kommunikation auf allen Ebenen*

Neben dem Unternehmen GEA Farm Technologies spielen die GEA Fachzentren, die für den Vertrieb und die persönliche Nähe zum Milcherzeuger unverzichtbar sind, eine entscheidende Rolle. Schlasse definierte den Werbeauftritt neu, modifizierte die ursprünglich gebriefte Imagekampagne und brach sie auf Produkt- und Fachzentrumsebene um.

Das Ergebnis: Produktanzeigen, der Relaunch eines redaktionellen Beilegers, spezielle Händleranzeigen, Sonderverkaufsaktionen, Web-Banner, System- und Systembereichsbroschüren. Damit Milchviehbetriebe die richtige Entscheidung treffen und fit für die Zukunft werden.



Redaktioneller Beileger



Web-Banner







# *Über Kreuz nach Dresden*

Woran denken Sie, wenn Sie an Dresden denken? Semperoper, Frauenkirche, Zwinger, Gläserne Manufaktur? Kaum eine andere deutsche Metropole steht so für das harmonische Miteinander von Moderne und Tradition. Kurz: der ideale Ort für eine zukunftsweisende Mitgliederfachtagung der DORMA System-Partner.



SCHLASSE FÜR **DORMA** 24/25

.....





## Im Detail einladend

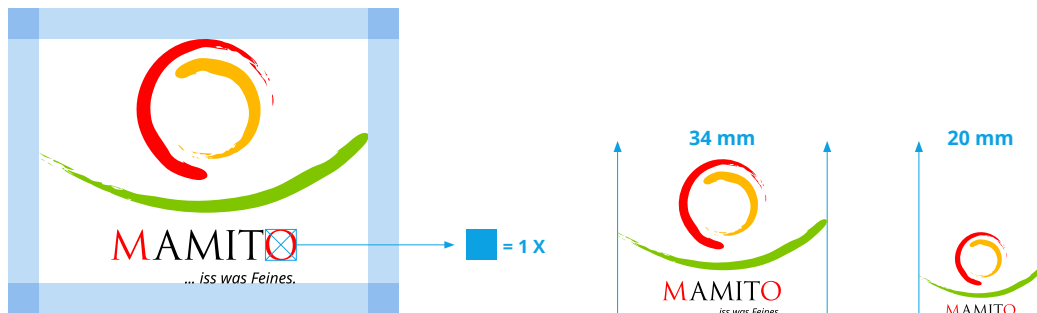
Entsprechend sollte die Einladung zu dieser Veranstaltung wirken. Schlasse entwickelte einen hochwertigen Kreuzflyer, der Schritt für Schritt die Kerninformationen zur Mitglieder-fachtagung vermittelt. Jedes Detail wird zunächst als Bildaus-schnitt mit reduzierter Botschaft vorgestellt, bevor die voll-ständig aufgeklappte Karte alle Informationen freigibt.

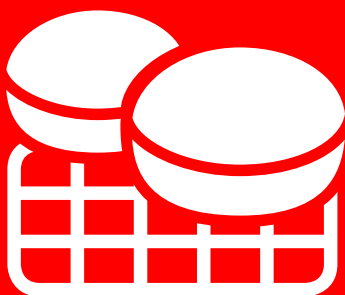
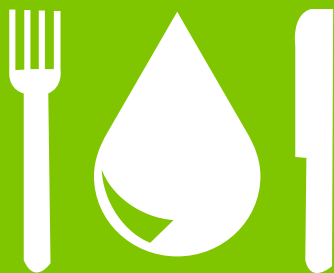
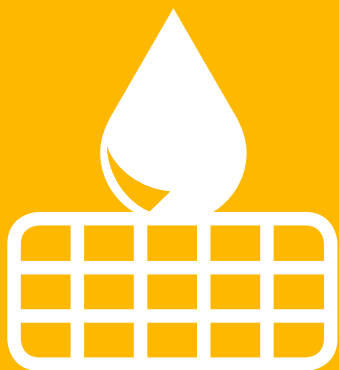




# *Design made in Erkrath*

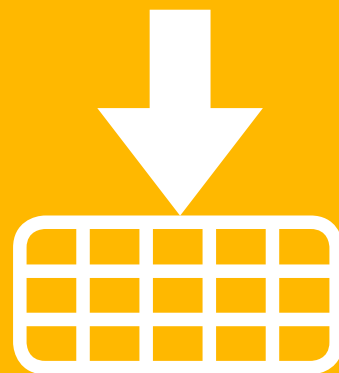
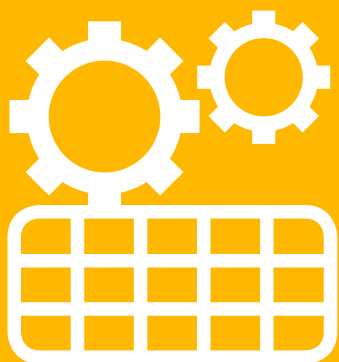
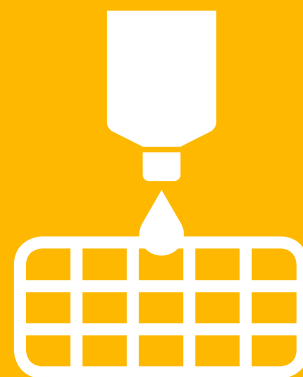
Wie gehe ich mit dem Logo um? Welche Schriften muss ich wann wie verwenden? Was sind meine Hausfarben und wie setze ich sie ein? Diese Fragen u. a. musste das neue Corporate Design der Mamito GmbH beantworten. Mamito ist Anbieter von Ölen, Fetten sowie Zubehör und Frittiertechnik für die Gastronomie und exklusiver Vertriebspartner unseres Kunden Maxfry®.





## *Grundlagen schaffen*

Schlasse entwickelte für Mamito einen stimmigen visuellen Gesamtauftritt. Dieser wurde im Rahmen eines Styleguides exemplarisch umgesetzt: von den Visitenkarten über die Geschäftsausstattung bis hin zur Homepage. Nicht nur weil es so besser aussieht, sondern vor allem weil Maxfry® und Mamito damit die Basis legen für die Vermarktung ihrer Zusammenarbeit. Im Zuge dessen wird als erste Maßnahme eine Systembroschüre entstehen. Dreimal dürfen Sie raten, wer diese erarbeiten wird. Richtig!







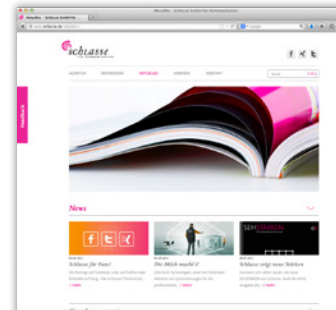
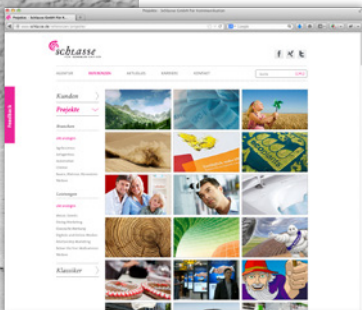


# *Frischer Auftritt im Netz*

Die besten Schuster haben die schlechtesten Schuhe? Mitnichten. Um zu sehen, dass diese Redewendung nicht zutreffen muss, genügt ein Blick auf unsere neue Website. Schlasse hat aufbauend auf der langjährigen Erfahrung mit der Konzeption von Web-Auftritten jetzt auch seine Internetpräsenz komplett überarbeitet. Unter [www.schlasse.de](http://www.schlasse.de) stehen ganz im Sinne der Agenturphilosophie die Lösungen für unsere Kunden im Fokus. Das muss man einfach gut finden: nicht zuletzt dank der verschiedenen Filter, die es dem Benutzer erleichtern, unsere Referenzen gezielt auszuwählen.

## *Folgen Sie uns unauffällig!*

Insgesamt ist ein moderner und frischer Auftritt entstanden. Offen und sympathisch, emotional und kontaktfreudig, für mobile Endgeräte optimiert und netzwerktauglich: Denn Sie finden Schlasse jetzt nicht nur auf Twitter und Xing, sondern vor allem auch auf Facebook. Folgen Sie uns – es lohnt sich!





## Gründung

► 1959

## Gesellschafter

 **Anja Schumacher**  
(Geschäftsführende Gesellschafterin)

 **Karlheinz Lohmann**  
(Geschäftsführender Gesellschafter)

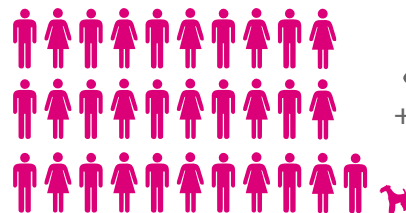
 **Andreas Walber**  
(Gesellschafter, Prokurist)

## Standort



**Erkrath**

## feste Mitarbeiter



**31**  
+ Hund

## Marken & Etats in dieser Ausgabe

---



### Agribusiness

---

**Bayer CropScience**\_Projektaufgaben

**LEMKEN**\_Gesamtbetreuung

**GEA Farm Technologies**\_Projektaufgaben



### Anlagenbau

---

**Reflex**\_Gesamtbetreuung



### Bauen, Wohnen, Renovieren

---

**Mitsubishi Electric**\_Gesamtbetreuung Bereich Wärmepumpen

**DORMA**\_Projektaufgaben Kommunikation Area Germany



### Sonstige

---

**Maxfry®**\_Gesamtbetreuung

## 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.

