

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 Schlaraffia. 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

14

Arbeit am Markenhaus:
Branding der Unterneh-
menszentrale von Reflex

16

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

22

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

04

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

26

Augenschmaus:
Styleguide für den
Maxfry® Vertriebs-
partner Mamito

28

Netztauglich:
neue digitale Auftritte
für Schlarke



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 Bauherrenbroschüre



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 Ackerfuchsschwanz“ bei Soest werden die werblichen Aktivitäten in Zukunft ausgebaut.



**HÖCHSTE ZEIT, ÜBER
RESISTENZEN NACHZUDENKEN**



Bayer CropScience

Key-Visual für die Resistenzmanagement-Kampagne





Plan

BLAU WIRKT BEFREIEND



Kennen Sie das LEMKEN Gefühl? Die Gewissheit, genau die Maschine zu finden, die mit ihrer besonderen Konfiguration das Beste für Ihren speziellen Boden bietet! Die Zuversicht, ein umfassendes Produktangebot 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 Agribition 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 speziellen Boden bietet! Die Zuversicht, ein umfassendes Produktangebot 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 Agribition 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 speziellen Boden bietet! Die Zuversicht, ein umfassendes Produktangebot 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 Agribition Company

• *wirkt – jetzt auch in Erkrath*

Auch bei uns sind manche Agenturtage anders als andere: Schlasse gewann den Gesamtetat 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!



LEMKEN
The Agrofision Company

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 Büden der Welt wirkt. Diese können Sie ganz einfach über den Bestell-Button anfordern!

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

Jetzt Broschüre bestellen!

AGB Impressum Kontakt

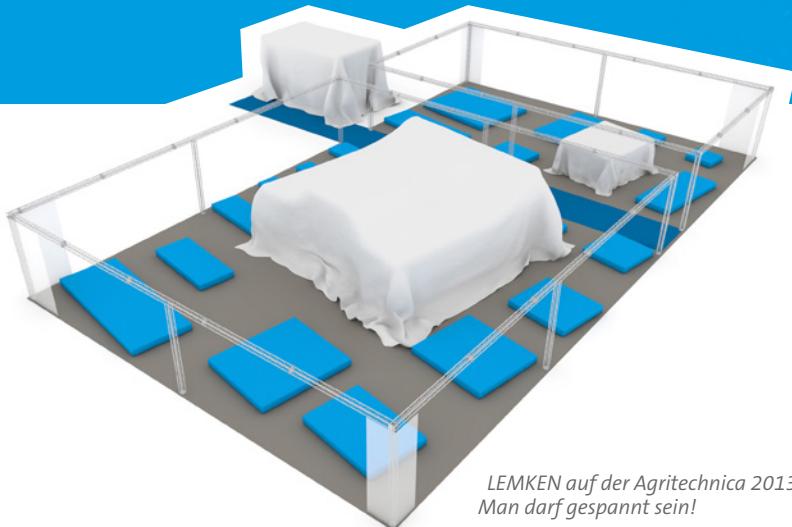
Landing-Page im
Rahmen der Kampagne



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!





Imagebroschüre





SCHLÄSSE FÜR **REFLEX** 14/15



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 Schlarke 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.





Anzeige



Poster



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 Schlarße gelandet



Ideen werden Erfolg

GEA Farm Technologies – damit Zukunft planbar wird

Wer Ideen in Erfolg verwandeln möchte, braucht einen Partner für den technischen Raum. Das sind wir. Uns geht es darum, Sie mit innovativen Produkten aus den Bereichen Melken und Kühen, Hygiene und Services sowie Tier- und Staltechnik. Und das mit der ganzen Erfahrung und Kompetenz von bewährten Produktbereichen:

Ein Blick in die Zukunft der Milchviehhaltung auf [gea-farmtechnologies.com](#)

www.gea-farmtechnologies.com

engineering for a better world



Kunden werden Partner

GEA Farm Technologies – immer an Ihrer Seite

Milcherzeuger verdienen beste Beratung. Nicht nur im Vorausberechnen, sondern auch im Ausarbeiten einer Zukunft. GEA ist Ihr Partner für alles, was Sie für die Zukunft benötigen. Wir sind mit unserem Bundesnetz über 100 GEA Fachzentren stets an Ihrer Seite. Innovative Produkte und Lösungen aus den Bereichen Melken und Kühen, Hygiene und Services sowie Tier- und Staltechnik un-

terstützen Sie. Wir kümmern uns um Ihre Wünsche, Sorgen und Bedürfnisse. Ihre Anliegen und Ihre Visionen für die Zukunft. Schließlich möchten wir Sie als Kunden begrüßen und als Freunde verlassen. Sie werden sehen, warum immer mehr Milcherzeuger eine Meinung teilen: GEA – immer meine Wahl.

Das kompetente GEA-Fachzentrum in Ihrer Nähe: www.gea-farmtechnologies.com/de/kontakt/fachzentren

www.gea-farmtechnologies.com

engineering for a better world



Visionen werden Wirklichkeit

GEA Farm Technologies – die Zukunft der Milcherzeugung

Jeder Betreiber hat individuelle Vorstellungen, wie er seinen Betrieb in die Zukunft entwickeln möchte. Die über 100 GEA Fachzentren sind dazu da, diese Vorstellungen umzusetzen. Von der Beratung über die Planung bis zur Montage sind wir mit innovativen Produkten aus den Bereichen Melken und Kühen, Hygiene

und Services sowie Tier- und Staltechnik an Ihrer Seite – und bereit, Ihnen die Zukunft der Milcherzeugung zu zeigen. Überzeugen Sie sich selbst von praxisgerechten Konzepten für eine erfolgreiche Zukunft. Sie werden sehen, warum immer mehr Milcherzeuger eine Meinung teilen: GEA – immer meine Wahl.

Ein Blick in die Zukunft der Milchviehhaltung auf [gea-farmtechnologies.com](#)

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 gebrachte Imagekampagne und brach sie auf Produkt- und Fachzentrumsebene um.

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

Redaktioneller Beileger

The image shows a two-page spread from a magazine. The left page features a large title 'GEA der milchkurier' at the top, followed by a section titled 'Themen' with several bullet points. Below this is a photograph of two men standing next to a cow. The right page contains a large image of a modern dairy farm with solar panels, a title 'FAHRPLAN ZUR JUNGTLERAUFZUCHT', and a section titled 'Aktuelles' with a small image of a cow.

The image displays six vertical banners, each featuring the GEA logo at the top. The banners are arranged in two columns of three. The left column has the following text:

- Ideen werden Erfolg
- GEA Farm Technologies – damit Zukunft planbar wird.
- Kunden werden Partner

The right column has the following text:

- GEA Farm Technologies – immer an Ihrer Seite.
- Visionen werden Wirklichkeit
- GEA Farm Technologies – die Zukunft der Milcherzeugung.

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 zukunftweisende Mitgliederfachtagung der DORMA System-Partner.





SCHLÄSSE FÜR **DORMA** 24/25



Im Detail einladend

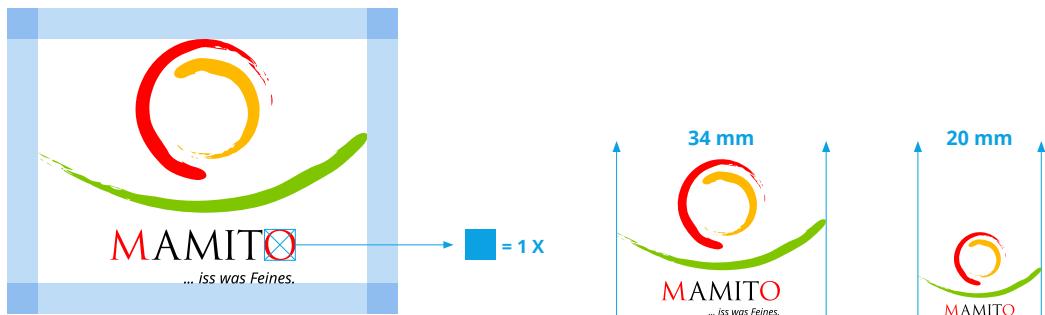
Entsprechend sollte die Einladung zu dieser Veranstaltung wirken. Schlasse entwickelte einen hochwertigen Kreuzflyer, der Schritt für Schritt die Kerninformationen zur Mitgliederfachtagung vermittelt. Jedes Detail wird zunächst als Bildausschnitt mit reduzierter Botschaft vorgestellt, bevor die vollständig aufgeklappte Karte alle Informationen freigibt.

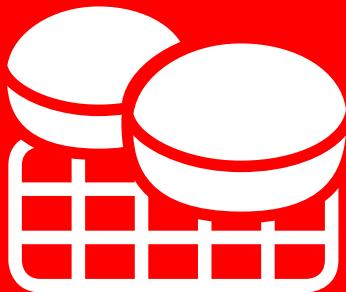
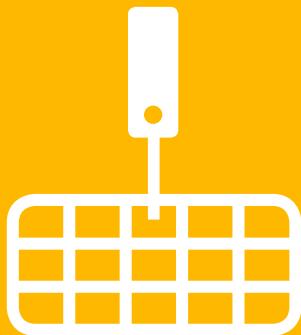
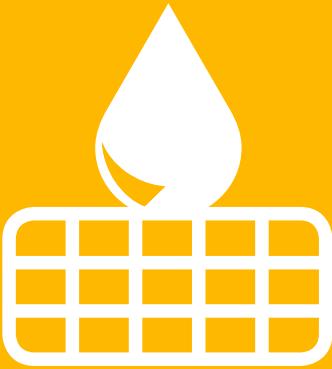




Design made in Erkrath

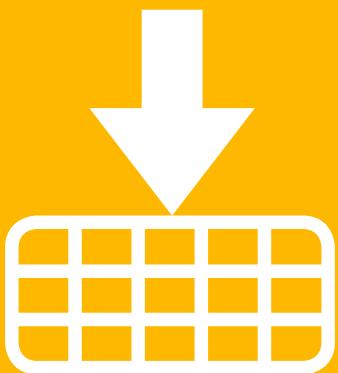
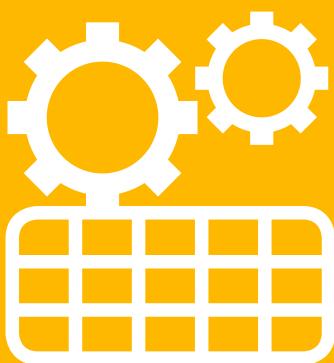
Wie gehe ich mit dem Logo um? Welche Schriften muss ich wann wie verwenden? Was sind meine Hausfarben und wie setze ich sie ein? Diese Fragen u. a. musste das neue Corporate Design der Mamito GmbH beantworten. Mamito ist Anbieter von Ölen, Fetten sowie Zubehör und Frittiertechnik für die Gastronomie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





Home - Schlasse GmbH Für Kommunikation

[AGENTUR](#) [REFERENZEN](#) [AKTUELLES](#) [KARRIERE](#) [KONTAKT](#) [Suche](#)

[f](#) [l](#) [t](#)


schlasse
für Kommunikation



@schlasse
für KOMMUNIKATION

Willkommen bei der B-to-B-Agentur mit der Kundenbrille

Arbeiten


Gelernt ist gelernt
Aus einem Guss: Überarbeitung des GROHE Trainingsprogramms 2013/14
im neuen Corporate Design des Unternehmens. [> mehr](#)


Backen wie geölt
Maxfly® Kompetenzbroschüre für die Backindustrie. [> mehr](#)


Wegweisende Kampagne
Für die elektronischen Schließzylinder DORMA XS-PRO. [> mehr](#)

Mehr

A screenshot of a website for "Schlasse für Kommunikation". The page features a large orange header with the company's name in a stylized font. Below the header, there's a navigation bar with links for Agentur, Referenzen, Aktuelles, Karriere, Kontakt, and Suche. Social media icons for Facebook, LinkedIn, and Twitter are also present. The main content area includes a welcome message and three project examples under the heading "Arbeiten". Each project example has a small image, a title, and a brief description. A pink circular button in the top right corner contains the text "Sehstarken" and "Das B-to-B-Kundenbrille magt". The overall design is clean and professional.

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 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



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.

Redaktion/Gestaltung/Text

Schlasse GmbH

Für Kommunikation

sehstaerken@schlasse.de

Online-Ausgabe

www.schlasse.de/sehstaerken



 **schLasse**
FÜR KOMMUNIKATION

Selbstlärken 04
OKTOBER 2013