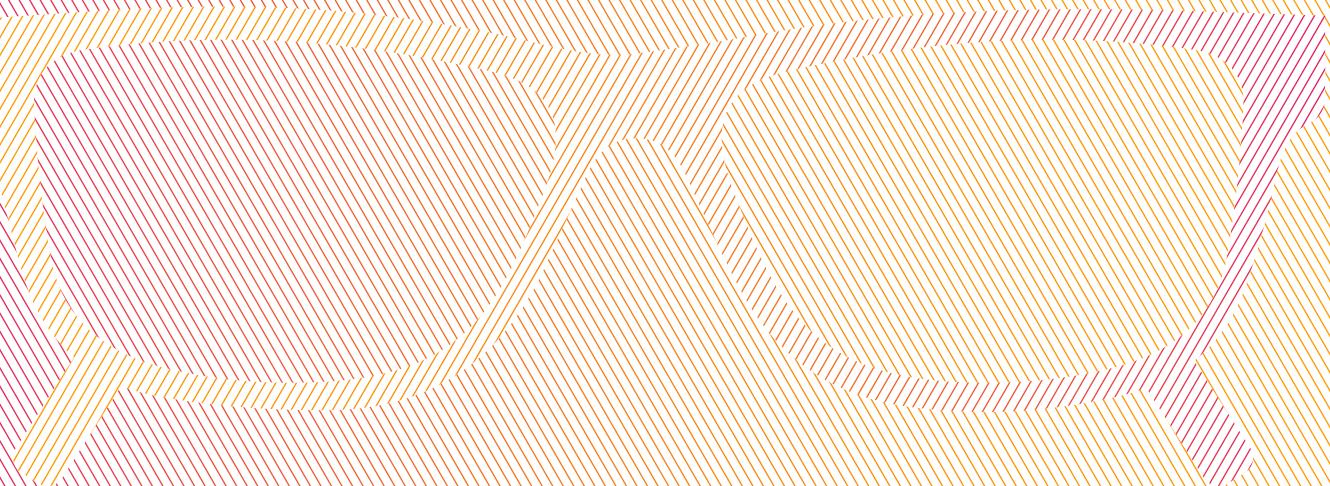


# Sehstärken 05

B-TO-B-KOMMUNIKATION VON SCHLASSE



## *Wort halten*

IMAGEANZEIGEN FÜR  
BAYER CROPSCIENCE

## *Neu machen*

MARKTEINFÜHRUNG FÜR  
RAUCHMELDER VON WAGNER

## *Präsenz zeigen*

SMS MEER AUF DER  
TUBE & WIRE 2014

# Schau an!

Liebe Leser,

aller guten Dinge sind fünf. Zumindest für uns, wenn es um B-to-B geht: Denn die neue Sehstärke ist da! Die aktuelle Ausgabe unseres Kundenmagazins bietet Ihnen wie gewohnt jede Menge Kreation, die sich sehen lassen kann. Kampagnen, Kundenmagazine und Kundenbindungsprogramme; von Agrar über Luft/Wasser-Wärmepumpen bis hin zu Ansaugrauchmeldern. Wir präsentieren Ihnen wieder die gesamte Bandbreite einer Full-Service-Agentur und einen umfassenden Überblick über unser Leistungsspektrum. Schauen Sie ruhig genauer hin: So sehenswert kann B-to-B-Werbung sein.

Schöne Einblicke wünschen Ihnen



Anja Schumacher  
Geschäftsführende Gesellschafterin



Karlheinz Lohmann  
Geschäftsführender Gesellschafter

**04**

**Auf ein Wort:** Imageanzeigen  
für Bayer CropScience

**06**

**Im Profil:** das GRIP-Magazin der  
Michelin BIB-Xperts

**08**

**Hand drauf:** Kampagne  
für den JET TOWEL von  
Mitsubishi Electric

**10**

**Ins Rollen gebracht:**  
Weiterentwicklung der  
DORMA System-Partner

**14**

**Blau wirkt weiterhin:** Produkt-  
anzeigen für LEMKEN

**16**

**Imagearbeit:** Kompetenz-  
broschüre für Maxfry®

**18**

**Heizung rot-weiß!** Mitsubishi  
Electric auf der SHK 2014 in Essen

**20**

**You'll never work alone:** WM-  
Promotion für Mitsubishi Electric

**22**

**Gelungener Auftritt:** SMS Meer  
auf der Tube & wire 2014

**26**

**Brandneu:** Produkteneinführung  
Ansaugrauchmelder von Wagner

**28**

**In eigener Sache:** 55 Jahre  
Schlasse



# Ein Mann, ein

GIBT ES EIGENTLICH  
**BERATER,**  
DIE IN DIE  
**HOSENTASCHE**  
PASSEN?

**JA!**

Mehrere Technik- und Landwirten, besser informiert zu sein und möglichst zu gut zu tun. Wie mit den Bayer Apps für die Information von der Unkrautbestimmung bis zum Wetter.

Folgen Sie uns auf Facebook [www.facebook.com/bayercropscience](https://www.facebook.com/bayercropscience)

www.apps.bayer.de

**RESISTENZEN**  
NERVEN.  
MACHT EIGENTLICH  
EINER WAS  
DAGEGEN?

**JA!**

Denn alle müssen umdenken. Darauf hat Bayer unter dem Motto „Vielfalt ist Zukunft“ eine Anti-Resistenz-Initiative gegründet, die die gesamte Branche umfasst und damit wirklich hilft.

Folgen Sie uns auf Facebook [www.facebook.com/bayercropscience](https://www.facebook.com/bayercropscience)

www.agrar.bayer.de

**IMMER SOLL MAN**  
**TREU SEIN.**  
HAB' ICH DENN  
AUCH WAS  
DAVON?

**JA!**

Denn mit dem Bonusprogramm Premio wird Ihre Treue mit Punkten belohnt. Und Sie sich für Produkte von Bayer CropScience entscheiden. Und die sind tolle Prämien wert!

www.premio.de

Folgen Sie uns auf Facebook [www.facebook.com/bayercropscience](https://www.facebook.com/bayercropscience)

# Wort!



Anzeigen

Bayer CropScience beweist mit ungewöhnlichem Engagement seine Nähe zum Landwirt und unterstützt ihn mit zahlreichen Services. Empfehlungen, ein Agrar-Telefon und digitale Hilfestellungen gehören dazu. Das Unternehmen möchte als Ansprechpartner für alle Fragen zur Verfügung stehen. Dieser Anspruch ist jetzt Kern der neuen, von Schlasse konzipierten Imageanzeigen.

## Service auf vielen Ebenen

Die Motive, die durch einen Farbcode deutlich voneinander unterscheidbar sind, haben einen jungen Landwirt im Mittelpunkt. Dieser stellt authentisch leicht provokante Fragen zu aktuellen landwirtschaftlichen Themen, während Bayer CropScience kompetente Antworten gibt und Services empfiehlt. Bisher wurden Motive geschaltet für das Prämiensystem Pimeo, die Anti-Resistenz-Kampagne, Agrar-Apps und über die aktuellen Zulassungsbeschränkungen für Pflanzenschutzmittel. Weitere Themen werden zurzeit bearbeitet. Da können Sie uns beim Wort nehmen!



# *Mit Grip auf die Pole-Position*

Für die Michelin BIB-Xperts, die von Schlasse gegründete Vereinigung von Mitarbeitern im Reifenhandel, wurde vor vielen Jahren das Magazin „Grip“ ins Leben gerufen. Mit der Startnummer 14 ging im Frühjahr die jüngste Ausgabe ins Rennen – mit Themen, die die Kundenbindung fördern, den Lesern klare Vorteile für die tägliche Arbeit bringen und gleichzeitig unterhalten.

Einen Schwerpunkt bilden hierbei Berichte über die Marken unter dem Dach von Michelin, innovative Reifenentwicklungen, die Rallye Monte Carlo sowie neue Serienfahrzeuge. Zudem können die Reifenhändler mit dem Magazin auch kostenlose Eintrittskarten für Messen abrufen, auf denen Michelin ausstellt. Ein besonderer Service, der die Markenbindung stärkt.

*/ Ausgabe 1 / 2014*

# GR



**Im Überblick: MICHELIN betrieb: Die Rallye BFGoodrich und KLINCHER MICHELIN X® LINE**



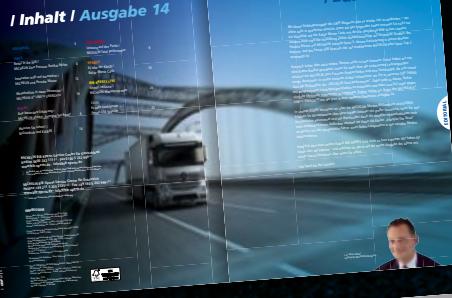
**MICHELIN Total Performance / Im Renn-  
Monte Carlo / Im Marken-Check:  
LEBER / Im Leistungsvergleich:  
ENERGY™**

**Das Magazin der BIB-Xperts**



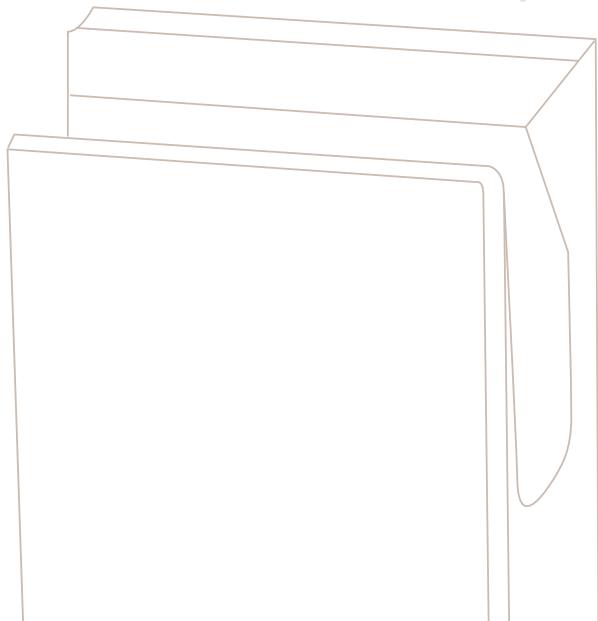
**MICHELIN**

**BIB-Xperts**





# Händetrocknen erster Klasse: Jet Towel



**Jet Towel Händetrockner**  
Das Original - seit über 20 Jahren

Die Vorteile im Überblick  
Kostengünstig, hygienisch, umweltverträglich, praktisch und handlich!

So geht Händetrocknen im 21. Jahrhundert

**Die Schmutzreduktion**  
Die Jet Towel reduziert die Anzahl an Keimen weiter, kommt reiniger als ein herkömmliches Papierhandtuch. Das liegt daran, dass kein Kontakt mit dem Händetrockner besteht. Keine Keime können sich auf dem Händetrockner befinden, um direkt an Hände übertragen zu können.

**Das Gerät ist leicht**  
Der Jet Towel ist leicht und praktisch. Fast jedermann kann es in der Hand halten. Es ist leicht zu reinigen und zu transportieren. Es ist leicht zu verstauen, um bequem unterwegs zu gehen.

**Keine Wasseraufschwemmung**  
Die Jet Towel ist kein Wasseraufschwemmer. Sie reinigt mit einem kontinuierlichen Strahl von Luft, ohne Wasser zu verwenden. Das bedeutet, dass es kein Wasser verbraucht und kein Wasseraufschwemmen entsteht.

**Keine Wartezeit für Handtuch**  
Der Jet Towel ist für alle Bereiche, Long Distance, Flughäfen, Supermärkte, Restaurants, Geschäfte, Bäder, in einem Bürogebäude und anderen öffentlichen Orten geeignet. Der Jet Towel ist kein Handtuch, sondern ein Hygienekonzept, das Ihnen eine schnelle und praktische Reinigung und Trocknung Ihrer Hände ermöglicht.

**Die Vorteile im Überblick**  
Kostengünstig, hygienisch, umweltverträglich, praktisch und handlich!

**Nachhaltig**  
Die Jet Towel ist nachhaltig, weil sie kein Wasser verbraucht. Es gibt kein Wasseraufschwemmen, kein Papierabfall und kein Stromverbrauch. Es gibt kein Wasseraufschwemmen, kein Papierabfall und kein Stromverbrauch.

**Kostengünstig**  
Die Jet Towel ist kostengünstig, weil sie kein Wasser verbraucht. Es gibt kein Wasseraufschwemmen, kein Papierabfall und kein Stromverbrauch.

**Hygienisch und sauber**  
Jet Towel ist hygienisch und sauber, weil es kein Kontakt mit den Händen besteht. Es gibt kein Wasseraufschwemmen, kein Papierabfall und kein Stromverbrauch.

**Praktisch und handlich**  
Jet Towel ist praktisch und handlich, weil es leicht ist und leicht zu reinigen. Es gibt kein Wasseraufschwemmen, kein Papierabfall und kein Stromverbrauch.

**Einfach wie ein Handtuch - nur viel umweltverträglicher**  
Der Jet Towel ist das Konzept des Händetrocknens im 21. Jahrhundert. Es ist ein Hygienekonzept, das kein Kontakt mit den Händen besteht. Es gibt kein Wasseraufschwemmen, kein Papierabfall und kein Stromverbrauch. Es gibt kein Wasseraufschwemmen, kein Papierabfall und kein Stromverbrauch.

**Sparsam und umweltfreundlich**  
Ressourceneinsparung ist der Trend auch in Bezug auf Hygiene. Mitsubishi Electric hat die Jet Towel entwickelt, um die Ressourcen zu schonen und die Umwelt zu schonen. Mitsubishi Electric legt großen Wert auf die Entwicklung von Hygienekonzepten, die die Ressourcen schonen und die Umwelt schonen.

**Hygienisch und sauber**  
Ressourceneinsparung ist der Trend auch in Bezug auf Hygiene. Mitsubishi Electric hat die Jet Towel entwickelt, um die Ressourcen zu schonen und die Umwelt zu schonen. Mitsubishi Electric legt großen Wert auf die Entwicklung von Hygienekonzepten, die die Ressourcen schonen und die Umwelt schonen.

**Mit dem Jet Towel sind Ihre Kosten in trockenen Tüchern**  
Die Jet Towel ist ein Hygienekonzept, ohne Komponenten aus Kunststoff und Holz. Mit dem Jet Towel können Kosten gespart werden, ohne die Hygiene zu beeinträchtigen. Der Jet Towel ist ein Hygienekonzept, ohne Komponenten aus Kunststoff und Holz. Mit dem Jet Towel können Kosten gespart werden, ohne die Hygiene zu beeinträchtigen.

**Sparsam und umweltfreundlich**  
Ressourceneinsparung ist der Trend auch in Bezug auf Hygiene. Mitsubishi Electric hat die Jet Towel entwickelt, um die Ressourcen zu schonen und die Umwelt zu schonen. Mitsubishi Electric legt großen Wert auf die Entwicklung von Hygienekonzepten, die die Ressourcen schonen und die Umwelt schonen.

Wer hat's erfunden? Ja, die Japaner sind's gewesen. Mitsubishi Electric setzt mit dem Jet Towel seit über 20 Jahren den Maßstab für berührungsloses Händetrocknen. Speziell in Bereichen mit hoher Publikumsfrequenz ist der Jet Towel nicht nur hygienischer, sondern auch ökologischer und kostengünstiger als alle Alternativen.

## Vorurteile wegpusten

Vielen Entscheidern sind die Vorteile des Jet Towels nicht ansatzweise bewusst. Um das zu ändern, hat seit Neuestem auch Schlarße die Hände im Spiel. Mit einer Produktbroschüre, einer Microsite und begleitender Bannerwerbung bringen wir ganz gezielt frischen Wind in die Denkweise von Architekten, technischen Gebäudeausstattern und Entscheidern in Unternehmen und Behörden. Denn das Original Jet Towel macht jeden Wettbewerb einfach nass – vom klassischen Papierhandtuch ganz zu schweigen!



# Auf gute Partner- schaft



The background of the slide features a minimalist, abstract design. It consists of several large, semi-transparent spheres of varying sizes and colors (white, light gray, and a single prominent red sphere) arranged in a loose, overlapping composition. The spheres are set against a plain white background, creating a clean and modern aesthetic.

In jeder guten Partnerschaft gilt: Man muss an ihr arbeiten, damit sie lebendig bleibt, spannend und reizvoll. Das trifft erst recht auf Geschäftsbeziehungen zu. Bestes Beispiel hierfür ist die Weiterentwicklung der DORMA System-Partner.

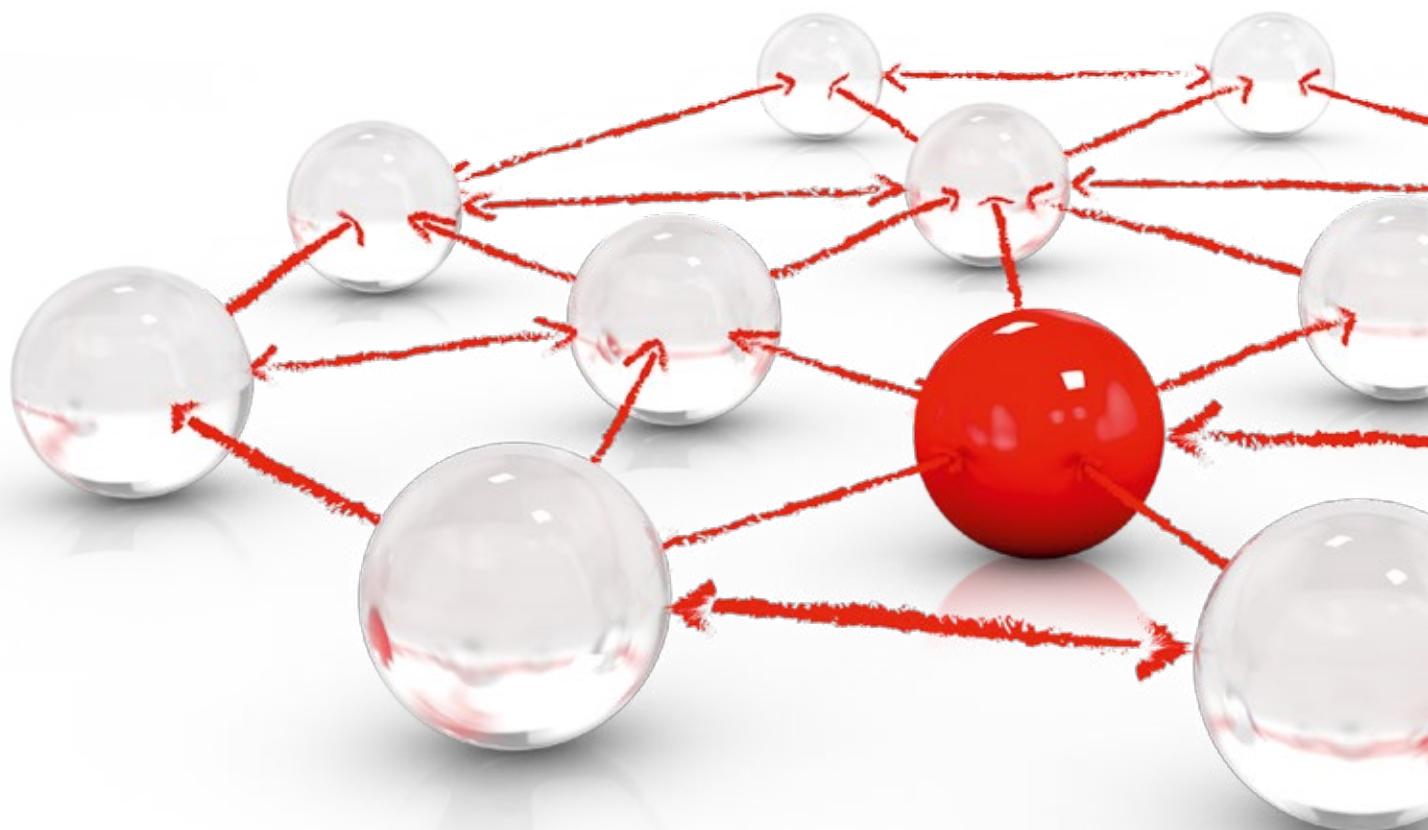
Die Gemeinschaft der DORMA System-Partner richtet sich an inhabergeführte Handwerksunternehmen aus den Fachbereichen Metall, Holz, Glas, Elektro und Innenausbau. Im Mittelpunkt stehen hierbei konkrete Leistungen, die alle ein Ziel verfolgen: mehr Erfolg im Markt. Dabei gilt das Prinzip vom Geben und Nehmen. Wer sich engagiert, erwirbt einen höheren Status und kann umso wertigere und umfassendere Leistungen nutzen. Vor diesem Hintergrund gibt es drei Partnerstufen: Basis, Silber und Gold.



## *Ins Rollen gebracht*

Mit Unterstützung von Schlasse wurden die strategischen Grundlagen für die Neuausrichtung der DORMA System-Partner erarbeitet. Zudem zeichneten wir mitverantwortlich sowohl für die interne Vertriebskommunikation als auch für die externe Vermarktung des Partnerprogramms. Im Zuge dessen entwickelte Schlasse nicht nur das neue Key-Visual der DORMA System-Partner, sondern u. a. auch

eine Akquisebroschüre sowie das Leistungsprogramm der DORMA System-Partner. Dieses umfasst die Grundzüge und das gesamte Leistungsangebot der Gemeinschaft. Kurz: Einige wesentliche Meilensteine wurden gelegt. Aber kein Grund, jetzt eine ruhige Kugel zu schieben. Denn auch in Zukunft werden kontinuierlich Impulse gesetzt, um die DORMA System-Partner voranzutreiben.

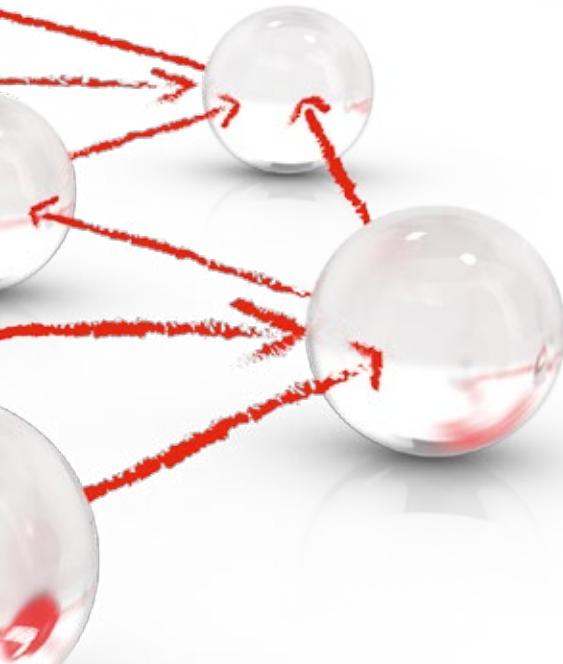




Akquisebroschüre



Leistungsprogramm





# Blau wirkt – von der Marke zum

Mit der vielbeachteten Kampagne unter dem Motto „Blau wirkt“ hat Schlasse der Imagekommunikation des Landtechnikherstellers LEMKEN vor gut einem Jahr neues Leben eingehaucht. Nachdem zunächst eine Kompetenzbroschüre, Imageanzeigen und der Agritechnica-Messeauftritt realisiert wurden, wird die blaue Welt nun zunehmend auch in den Produktbereich übertragen.

## ***Erste Schaltungen erfolgt***

Den Anfang machen Anzeigen für die Feldspritzen Sirius und Albatros sowie den Grubber Karat, die inzwischen auch in allen relevanten Landwirtschaftstiteln geschaltet wurden. Wesentliche Merkmale sind die Inszenierung der Produkte vor blauem Himmel, der kurze, schnell erfassbare Text sowie ein Detailbild, das den wichtigsten Produktnutzen in den Vordergrund stellt. Weitere Motive werden in Kürze folgen.

# Produkt!

**BLAU WIRKT BERUHIGEND  
DIE FELDSPRITZE ALBATROS –  
LEISTUNGSSTARK UND KOMFORTABEL**



Die Anhängespritz Albatros vereint professionellen Pflanzenschutz mit maximaler Wirtschaftlichkeit. Zahlreiche Ausstattungsvarianten, Arbeitsbreiten von 21 bis 39 Meter und Tankvolumen von 2.200 bis 6.200 Liter stehen für Vielseitigkeit und sichere Anwendung.

- ruhige Gestelllage für perfekte Applikation
- kompakte Bauform für beste Wendigkeit
- leichte Reinigung durch glatte Tankinnenflächen
- Elektronik-Lösungen für jeden Bedarf

Mein über die Feldspritze Albatros  
finden Sie unter  
[www.lemken.com](http://www.lemken.com)

**LEMKEN**  
The Agricultural Company

**BLAU WIRKT BEFREIEND  
DER GRUBBER KARAT – FÜR ALLE,  
DIE AUF VIELSEITIGKEIT SETZEN**



Der Intensiv-Grubber Karat ist der Alleskönner unter den Grubbern. Mit seinen auswechselbaren Scharen ist er bestens für die flache und mitteltiefe Stoppelbearbeitung und die krumenförmige Lockerung zur Mulchsaat gerüstet:

- Arbeitsstiefen von 5–30 cm
- zehn Scharversionen für unterschiedliche Einsatzwecke
- automatische Höhlscheiben-Anpassung an die Arbeitsstiefe
- Arbeiten ohne Seitenzug durch optimierte Zinkenanordnung

Mein über den Grubber Karat  
finden Sie unter  
[www.lemken.com](http://www.lemken.com)

**LEMKEN**  
The Agricultural Company

**BLAU WIRKT BERUHIGEND  
DIE FELDSPRITZEN SIRIUS –  
KOMPAKT, WENDIG UND EFFIZIENT**



Mit den Sirius-Feldspritzern findet jeder Landwirt die passende Pflanzenschutztechnik für seinen Betrieb: von der Sirius 8 als solidem, leistungstragendem Basismodell bis hin zur elektronisch geregelten Sirius 10 mit Aluholzgestänge, komfortabler Ausstattung, zahlreichen Erweiterungsoptionen und Arbeitsbreiten von bis zu 30 Metern. Viele Vorteile für Sie:

- ergonomisches Bedienzentrum
- Tankvolumen von 900 bis zu 1.900 Liter
- kurze, kompakte Bauweise
- hohe Fahrsicherheit durch geteilte Schwallwand

Mein über die  
Feldspritzen Sirius  
finden Sie unter  
[www.lemken.com](http://www.lemken.com)

**LEMKEN**  
The Agricultural Company

Produktanzeigen



# Seitenweise mehr Marke



Seriös, professionell, kompetent. Attribute, die unser Kunde Maxfry® für den Relaunch seiner Marke als Zielvorgaben formuliert hatte. Das Ergebnis ist ein moderner, stringenter Auftritt, der den Expansionskurs des inhabergeführten Unternehmens unterstützt. Der nächste Schritt in dieser Entwicklung: eine neue Imagebroschüre.

# *Image ist alles*

Die Maxfry® GmbH entwickelt, produziert und vertreibt pflanzliche Zutaten, die die speziellen Eigenschaften von Frittierölen und Siedefetten verbessern. Diesen Markenkern galt es auch im Rahmen einer Imagebroschüre adäquat zu vermitteln. Schlasse realisierte ein Leitmedium, das alle Facetten der Marke Maxfry® für die verschiedensten Entscheiderzielgruppen hochwertig kommuniziert: haptisch, visuell, inhaltlich.





*Heizung rot-weiß:  
Ecodan in Essen*

ICH HEIZ  
DIR EIN



Seit über einem Jahr sorgt Ecodan als innovatives Heizungssystem mit dem von Schlasse entwickelten Marktauftritt für Aufwind bei Fachhandwerkern und Wechselstimmung bei Bauherren. Wie erfolgreich sich die Luft/Wasser-Wärmepumpen bereits im Markt etablieren konnten, war auch auf der SHK 2014 in Essen spürbar.

## ***Einmal Vollausstattung, bitte***

Uns war es ein Vergnügen, unseren Kunden Mitsubishi Electric bei diesem Messeerfolg nach Kräften zu unterstützen – von der Standgestaltung über das dreistufige Einladungsmailing bis zur Auswahl attraktiver Give-aways und Streuartikel.



*Post von Ecodan – die frechen Gratiskarten verteilen sich schnell auf der ganzen Messe. Und werden auch als E-Cards im Netz angeboten.*





# Ecodan vor, noch ein Tor!

Aus dem Hintergrund müsste Ecodan schießen ... und Ecodan schießt. Die Luft/Wasser-Wärmepumpen von Mitsubishi Electric trafen diesen Sommer mitten ins Herz der fußballbegeisterten Heizungsprofis! Passend zur Weltmeisterschaft in Brasilien wurde das Tippspiel für alle selbsternannten Bundestrainer und sonstigen Meister aller Klassen angepfiffen.

## Alles bereit zum Anpfiff

Als zentrale Anspielstation fungierte eine Landing Page für die Tippabgabe. Die große Frage lautete natürlich: Wer wird Weltmeister? Unter allen richtigen Tipps wurden attraktive Fußballpreise verlost – vom Kickertisch bis zum individualisierten Trikot. Und für den WM-Spirit im Betrieb bekamen die Teilnehmer ein Fanpaket inklusive Samba-Pfeife, um ihren Favoriten bis zum Titel anzufeuern.



Über Mitsubishi Electric | Fachhandwerker finden | Suche

INFO FÜR FACHPARTNER

System Ecodan | Clever heizen | Referenzen | Infothek & Downloads | Kontakt

Wetter tippen!

ist zum Fußball-Spektakel des Jahres. Fleben Sie mit – mit dem Ecodan! Sie einfach Ihren Tipp für den Weltmeister ab und gewinnen Sie mit etwas mehr.

Preis:

MICROSITE BAUHERREN



ECODAN WÄRMEPUMPE

Champions setzen auf Ecodan!

Wetter tippen, punktisch zur WM. Mit Ecodan reißen Sie das Spiel. Mischen Sie Archi an, tippen Sie den Weltmeister und stauben Sie wenn von zehn attraktiven Preisen vor. Und auch bei Ihnen werden Sie mit Ecodan einen Volltreffer. Die innovativen Luft/Wasser-Wärmepumpen von Mitsubishi Electric sind schnell und einfach installiert, arbeiten hocheffizient und spielen sprachlos in der Heizungsmodernisierung Ihre Stärken komplett aus. EINFACH WÄRME PUMPE! mit Ecodan.

Mehr Infos unter [www.ecodan-partner.de](http://www.ecodan-partner.de)

TIPPEN MITFIEBERN GEWINNEN

Jetzt teilnehmen unter [www.ecodan-partner.de/WM](http://www.ecodan-partner.de/WM)

MITSUBISHI ELECTRIC Changes for the Better

Mailing  
Fachhandwerker

Anzeige  
Fachhandwerker



# Mehr Qualität, mehr Markt!

72.000 Besucher aus 104 Ländern fanden sich auf der Tube & wire 2014 ein – nicht wenige davon auf Einladung von SMS Meer. Schlasse war daran nicht unbeteiligt: Für das Mönchengladbacher Maschinenbauunternehmen entwickelte die Agentur eine mehrstufige Mailing-Kampagne, die neugierig auf den Messeauftritt machte und für reichlich Traffic auf dem Stand sorgte. Als Messeotto diente die Aufforderung, dem Leitsatz von SMS Meer auf den Grund zu gehen: „Discover why quality unites“.



Einladungsmailing



Außenwerbung



**SMS  
MEER**  
SMS group

MEETING YOUR EXPECTATION

WELDED TUBE PLANTS



SEAMLESS TUBE PLANTS



SMS group

**SMS  
MEER**  
SMS group

**ELOTHERM**  
SMS group

**SMS  
CONCAST**  
SMS group

**PWS**  
SMS group





COMPETENCE  
STRONG MARKET POSITION  
PARTNERSHIP  
SUSTAINABILITY

## QUALITY UNITES

COMPETENCE  
SUSTAINABILITY  
PARTNERSHIP  
STRONG MARKET POSITION

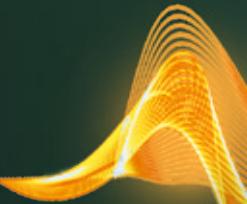


## *Nachhaltig kundenorientiert*

Mit einem beeindruckenden Messestand präsentierte sich SMS Meer seinen Kunden auf der Tube & wire 2014. Das Team aus Schlasse und designambulanz gestaltete Außenwerbung, Messebroschüren und zahlreiche Werbe- und Informationsflächen. Inhaltlich setzte die Messekommunikation auf die Kombination der Aspekte Kundenorientierung und Nachhaltigkeit. Damit stand der Auftritt in Kontinuität zur Tube & wire 2012, auf der das Ecoplants-Konzept für nachhaltige Lösungen eingeführt worden war. In diesem Jahr kam es darauf an, die Marktdurchdringung zu vertiefen. Die positive Resonanz des Publikums, die besonders auf der traditionellen Half-Time-Party zu spüren war, bestätigte diese Strategie.



*Brandneu  
im Fokus!*





Produktanzeige TITANUS MULTI-SENS®



Branchenanzeigen IT und Lager/Logistik



Schlasse verzeichnet einen heißen Neuzugang: WAGNER. Das führende Unternehmen für ganzheitlichen Brandschutz setzt ab sofort auf sehenswerte B-to-B-Kommunikation aus Erkrath. Schlasse konnte sich im Rahmen einer Wettbewerbspräsentation als neue Lead-Agentur durchsetzen.

Den Auftakt der Zusammenarbeit bildet die Markteinführung von TITANUS *MULTI-SENS*®. Diesen Ansaugrauchmelder zeichnet eine einzigartige Fähigkeit aus: Er erkennt, was brennt. Und ermöglicht somit präzise und wirtschaftliche, weil abgestufte Schutzkonzepte. Schlasse unterstützt die Markteinführung mit einem umfassenden Maßnahmenpaket: vom Direct Mailing für Entscheider über Produktanzeigen, -broschüren bis hin zu einer Microsite und vertriebsunterstützenden Maßnahmen. Zudem erarbeitet die Agentur den WAGNER-Auftritt auf der Leitmesse security 2014 sowie den Relaunch der Branchenkommunikation.



# Schlasse wird ...

**55 Jahre:** für Werbeagenturen, in denen alles schnell gehen muss und angeblich der Jugendwahn herrscht, ein nahezu biblisches Alter.

**55 Jahre B-to-B:** Und was kommt jetzt? Wir machen weiter! Denn auch im hohen Agentur-Alter muss man nicht zum alten Eisen zählen. Wir werden auch in Zukunft die Kundenbrille aufsetzen und für B-to-B-Kommunikation stehen, die sich sehen lassen kann. Und wir werden das tun, was diese Agentur immer ausgezeichnet hat: uns weiterentwickeln. Zum Beispiel indem wir unsere Kompetenzen in den Bereichen Dialogmarketing, Multimedia und digitale Kommunikation weiter ausbauen. Damit wir auch die nächsten fünf Jahrzehnte überdauern. Mindestens.



**55 und davon 5 Jahre in Erkrath:**

Vielleicht überzeugen Sie sich selbst?  
Besuchen Sie uns an unserem  
Standort in Erkrath vor den Toren  
Düsseldorfs. Eine gute Portion  
Neugier, ein offenes Ohr und  
extra leckeren Kaffee gibt's  
bei uns immer. Altbier trin-  
ken wir, wenn überhaupt,  
nur nach Feierabend. Aber  
Sie können gerne so lange  
bleiben. Wir freuen uns auf  
Ihren Besuch!

## Gründung

► 1959

### Gesellschafter

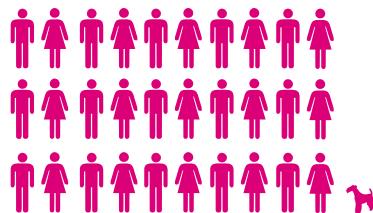
- **Anja Schumacher**  
(Geschäftsführende Gesellschafterin)
- **Karlheinz Lohmann**  
(Geschäftsführender Gesellschafter)
- **Andreas Walber**  
(Gesellschafter)

### Standort



**Erkrath**

### feste Mitarbeiter



**30**  
+ Hund

## Marken & Etats in dieser Ausgabe

### **Automotive**

**MICHELIN** Projektaufgaben

### **Anlagenbau**

**SMS Meer** Projektaufgaben

**WAGNER** Gesamtbetreuung

### **Agribusiness**

**Bayer CropScience** Projektaufgaben

**LEMKEN** Gesamtbetreuung

### **Bauen, Wohnen, Renovieren**

**DORMA** Projektaufgaben Area Germany

**Mitsubishi Electric** Gesamtbetreuung Bereiche Wärmepumpen  
und Jet Towel

### **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](mailto:schlasse@schlasse.de)

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



Alle Rechte sind vorbehalten.

Namentlich gekennzeichnete  
Beiträge geben nicht in jedem Fall  
die Meinung des Herausgebers  
wieder. Nachdruck und elektro-  
nische Verbreitung von Artikeln,  
auch auszugsweise, nur mit  
Genehmigung der Redaktion.

### **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)

