

Sehstärken 08

B-TO-B-KOMMUNIKATION VON SCHLASSE

Startklar

ERÖFFNUNGSEVENT
FÜR HYDRO

Emotional

PFLANZENSCHUTZ-
KAMPAGNE FÜR LEMKEN

Interaktiv

SOCIAL-MEDIA-KONZEPT
FÜR DKV EURO SERVICE

Augenfutter!

Liebe Leser,

nehmen Sie außergewöhnliche B-to-B-Kommunikation in den Blick! Vor Ihnen liegt die achte Ausgabe unserer Sehstärken. Wir freuen uns, Ihnen Highlights der vergangenen Monate zu präsentieren. Vom Eröffnungsvent für das neue Hydro Aluminiumwerk in Grevenbroich bis zur aktualisierten Auflage unseres Multimedia-Showreels. Sie werden sehen: Was bei uns entsteht, macht nicht nur unserem Full-Service-Anspruch alle Ehre. Es macht vor allem auch anspruchsvolle Themen unserer Kunden zum Hingucker!

Schöne Einblicke wünschen Ihnen

04

Einfach durchgestartet:
Eröffnungsvent für Hydro

Anja Schumacher

Karlheinz Lohmann

10

Gefühlvoll erzählt:

Pflanzenschutzkampagne
für Lemken

14

Animierend unterwegs:

DKV Euro Service auf der
transport logistic 2017

18

Aktivierend angesprochen:

Social Media für
DKV Euro Service

20

Lösungsorientiert:

Mitsubishi Electric
auf der ISH 2017

24

Großrahmig gedacht:

Architektenkampagne
für VEKA

28

Punktgenau informiert:

Herbstmailing für
Bayer CropScience

30

Tierisch weiterentwickelt:

Neue Imagemotive
für GEA

32

Beweglich gemacht:

Schlasse Multimedia-
Showreel

34

Shortcuts/Impressum



Mit Leichtigkeit gewonnen

Zukunftsorientiert wird heute vieles genannt. Aber was am 4. Mai 2017 in Grevenbroich eröffnet wurde, verdient die Bezeichnung wirklich. Und zwar nicht nur, weil mit Erna Solberg und Angela Merkel gleich zwei Staatschefs zu Besuch kamen. Die neue Fertigungslinie von Norsk Hydro – einem führenden Global Player für gewalzte Aluminiumteile – trägt maßgeblich dazu bei, dass jährlich Millionen Autos leichter werden! Unser Motto „Mit Leichtigkeit“ war also durchaus in mehrfacher Hinsicht zu verstehen. Wir sind aber vor allem stolz auf die mühelos perfekte Inszenierung!







Glänzende Premiere für Aluminium

Unsere Arbeiten für die Eröffnung der AL3, wie sie kurzerhand genannt wird, liefen schon Monate im Voraus auf Hochtouren. Erste Phase: Pitch um Eventkonzeption und allgemeine Imagekampagne! Denn parallel zur Eröffnung und der Fachzielgruppenansprache galt es, öffentliches Bewusstsein für den Zukunftswerkstoff Aluminium zu schaffen.

Teamwork überzeugt

Gemeinsam mit unseren Partnern von der Designambulanz konnte Schlasse das internationale Hydro Entscheiderteam mit einem prägnanten Konzept begeistern, das die Kernbotschaft auf den Punkt brachte: „Mit Leichtigkeit“ war geboren! Und bot hervorragende Anknüpfungspunkte für Live-Events und PR, aber auch für klassische Werbeformen.

Eine Welt entsteht

In der Folge entstanden Imageanzeigen für die Automobilpresse, kurze Filmsequenzen für interaktive Medien, Poster für die Standortkommunikation, Eventausstattung bis ins Detail und Outdoor-Maßnahmen für das Werksgelände. Gleichzeitig lief die Koordination mit Ansprechpartnern beim Kunden, bei Politik, Sicherheitsbehörden und unseren Eventpartnern.



hydro.com

Stabilität?
Mit Leichtigkeit.



Für die Automobilindustrie haben wir hochfeste Legierungen entwickelt, die auch extremen Belastungen standhalten.

#MitLeichtigkeit




HYDRO
Infinite aluminum

hydro.com

Raffinesse?
Mit Leichtigkeit.



Dank unseres Aluminiumblechs werden Fahrzeuge leichter, Verbrauchswerte günstiger und Emissionen geringer.

#MitLeichtigkeit




HYDRO
Infinite aluminum

hydro.com

Komponenten?
Mit Leichtigkeit.



Aluminiumteile wie Türen, Motorhauben und Heckklappen erleichtern seit langem auch Autos mit Stahlkarosserie.

#MitLeichtigkeit




HYDRO
Infinite aluminum

hydro.com

Energie sparen?
Mit Leichtigkeit.



Das niedrige Gewicht von Aluminium – ein Drittel dessen von Stahl – verringert den Energieverbrauch bei der Mobilität.

#MitLeichtigkeit




HYDRO
Infinite aluminum



Vorhang auf, Spot an

Wie das Eröffnungsevent im Detail abgelaufen ist, haben die meisten beteiligten Kollegen erst hinterher per Video voll erfasst. Aber eins war bereits am Abend des 4. Mai klar: Erfolg auf ganzer Linie, einem Weltmarktführer angemessen, Berichterstattung bei der Tagesschau, begeisterte Eventbesucher, glückliche Kunden – und in der Außenwirkung genau so wie gedacht: mit Leichtigkeit!





Film ab! Einen Zusammenschnitt können Sie sich hier ansehen.





Wir erzählen Ihnen was!

Pflanzenschutz ist blau! Das kann LEMKEN belegen: mit einem umfassenden Produktprogramm, das für jede Anforderung die richtige Feldspritze bietet. Höchste Zeit, dass das bald jeder weiß!

Das schreit doch geradezu nach einer Storytelling-Kampagne, die den Kernnutzen von LEMKEN Pflanzenschutztechnik lebensnah und emotional illustriert. Dachten wir uns – und machten etwas, das so bisher einzigartig ist im Markt!



#lemkencare



ares



Ein gutes Gefühl vermitteln

Allem voran steht der Gedanke, dass einige Dinge im Leben unseren besonderen Schutz brauchen. Zum Beispiel unsere Familien, Tiere und – ja, richtig – auch unsere Pflanzen. Darum kümmert sich LEMKEN! Mit leistungsstarker Pflanzenschutztechnik sorgt das Unternehmen dafür, dass Pflanzen rundum gut versorgt und geschützt werden. Ohne dabei die Umwelt unnötig zu belasten, dafür aber mit größtem Komfort für den Landwirt.

Sie sind neugierig auf die Umsetzung? Schauen Sie sich den Imagefilm Pflanzenschutz an!



*Film jetzt online
anschauen!*

Die Botschaft richtig rüberbringen

Beim Geschichtenerzählen geht es in erster Linie natürlich darum, was erzählt wird. Doch der Erfolg einer Storytelling-Kampagne hängt auch davon ab, wie kommuniziert wird. Neben klassischer Print-Werbung bietet sich hier besonders das Social Web als Plattform an. Entstanden sind daher nicht nur Image- und Testimonial-Anzeigen, sondern auch ein Imagefilm, mehrere Referenzfilme und ein Werksfilm, die unter dem Hashtag #lemkencares möglichst viele User auf sich aufmerksam machen sollen. Weitere Werbemittel wie Florpost, Microsite und Händlermaterialien stehen schon in den Startlöchern. Wir kümmern uns darum!

Einen Einblick in die Entwicklung und Produktion von LEMKEN Feldspritzen gibt es im Werksfilm. Viel Spaß beim Zuschauen!



Film jetzt online
anschauen!



SCHLASSE FÜR **DKV EURO SERVICE** 14/15





Abgefahren multimedial!

Die transport logistic in München ist die Weltleitmesse für Logistik und Transport. Die perfekte Gelegenheit für unseren Kunden DKV Euro Service, die neue Imagekampagne erstmalig live zu präsentieren. Schlasse steuerte außerdem Teile des Messekonzepts und der Standgestaltung und eine ganze Reihe multimedialer Inhalte bei.



Stars on the big screen

Auf dem Großbildschirm liefen gleich drei von Schlasse produzierte Filme im Loop ab: Der erste thematisierte die DKV BOX EUROPE noch einmal zusätzlich im Bewegtbild. Der zweite lieferte Interessenten einen animierten Einblick in das sogenannte DKV COCKPIT, das Selbstverwaltungstool, mit dem Flottenmanager einfach den Überblick behalten. Und als Drittes nahmen Schlasse und DKV Euro Service den Messebesucher mit auf Europareise. Denn hier wurde das gesamte Leistungsspektrum des DKV vor malerischen Strecken in ganz Europa in Szene gesetzt. Echte Hingucker, die auch über die Messe hinaus Hauptrollen in der DKV Kommunikation spielen!

Boxenstopp de luxe

Als greifbares Highlight war die DKV BOX EUROPE zu bewundern. Sie ist das Ergebnis einer Kooperation von DKV, T-Systems und Daimler – und kann zur europaweit einheitlichen Mautabrechnung genutzt werden. Damit revolutioniert sie den Alltag von Truckern und Flottenmanagern im internationalen Transportgeschäft. Grund genug, sie auf der Messe prominent vorzustellen.



Film jetzt online
anschauen!



You click, we care

Mach mal irgendetwas mit Social Media? Nicht mit uns! Für den DKV entwickelte Schlasse ein umfassendes, nach Zielgruppen und Kernbotschaften differenziertes Social-Media-Konzept. Auf dieser Grundlage sprechen wir seit einem Dreivierteljahr neue Zielgruppen an, stärken die Marke, binden Kunden und entwickeln Employer-Branding. Für Facebook, Xing und LinkedIn, inklusive Verwaltung und Betreuung des Social-Media-Etats!



Kernstück gegenüber den Fernfahrern bildet die im Herbst 2016 neugestartete Facebook Community „BORN TO TRUCK“. Hier konnten wir einen Grundstock an Usern aus dem Vorgängersystem überführen, die neue Community auf Facebook etablieren und seit dem Relaunch die Fanzahlen exponentiell erhöhen. Aber besonders stolz sind wir auf traumhafte Interaktionsraten, die den Wettbewerb weit hinter sich lassen. Einfach Best in Class – so wie es sich für einen Marktführer gehört!

The screenshot shows the Facebook profile of 'DKV - Born to Truck'. The profile picture is a cartoon character giving a thumbs up. The cover photo features a large bridge with a truck driving on it, with the text 'BORN TO TRUCK powered by DKV'. The page has a blue header with the Facebook logo and search bar. The left sidebar contains navigation links: Startseite, Gewinnspiel, Info, Beiträge, Fotos, Videos, Veranstaltungen, Notizen, and Community. The main content area shows 'Deine Empfehlungen' with two photo posts. The first post shows three men, and the second shows a truck. The second post has a play button icon. Below the recommendations, there is a status update section with a text input field. The right sidebar shows 'Community' with a list of people who liked the page, 'Info' with links to the page, community, and impressum, and 'Besucherbeiträge' with user-generated content.

DKV - Born to Truck

Startseite Freunde finden

BORN TO TRUCK powered by DKV

Gefällt mir Abonnieren Teilen Nachricht senden

Deine Empfehlungen

Community

Community Alle anzeigen

Lade deine Freunde ein, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren

12.217 Personen gefällt das

12.114 Personen haben das abonniert

Info Alle anzeigen

Nachrichte senden

fb.com/bornsttruck

Community

Impressum

Besucherbeiträge

Bianca Lindow 14. Juli um 16:42 Uhr

Danke DKV - super Preis gewonnen!

Gefällt 5 Mal 1 Kommentar

Gefällt mir · Kommentieren

Hanni Arnold 4. Juli um 23:55 Uhr

Hallo liebes DKV Team! wollte fragen wann das nächstes Jahr Truck Grand Prix ist wäre toll wenn ich das wüsste, Danke Kg Hanni

6 Kommentare

Gefällt mir · Kommentieren

Beiträge

DKV - Born to Truck 5. September um 16:30 ·

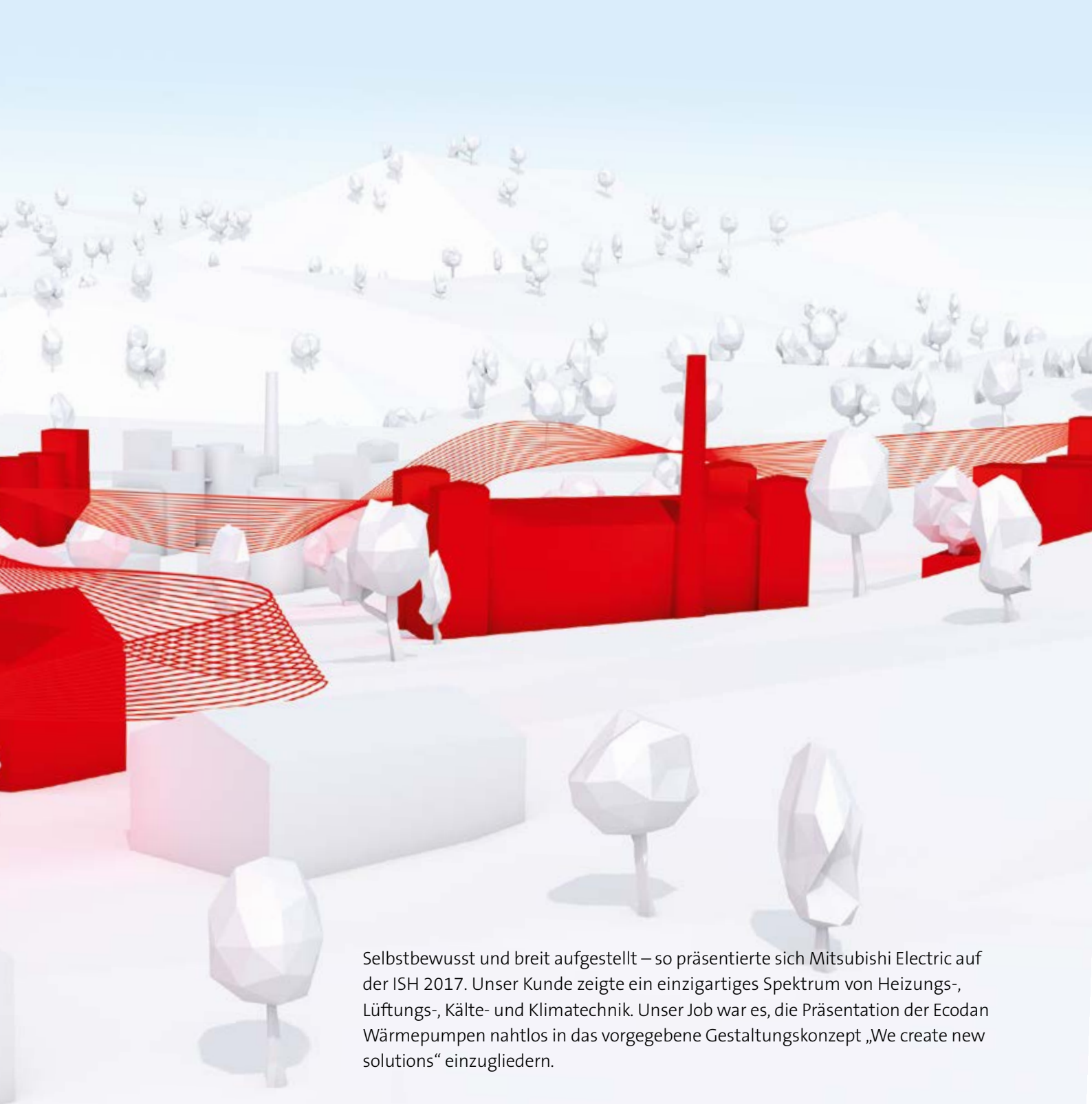
Ring frei: In diesem Frühjahr fand der Young Professionals Truck Award rund um den Nürburgring statt. Knapp 70 Berufsschüler setzten sich zwei Tage lang mit den Fernverkehr-LKWs von Volvo, DAF, Iveco, Mercedes, Renault Trucks und Scania auseinander. Der eindeutige Favorit der Azubis zeichnete sich schon früh ab: Die Jugend steht einfach auf den Volvo FH. Und ihr so?

Hier findet ihr alles über den Young Professionals Truck Award 2017:



Herausforderung angenommen





Selbstbewusst und breit aufgestellt – so präsentierte sich Mitsubishi Electric auf der ISH 2017. Unser Kunde zeigte ein einzigartiges Spektrum von Heizungs-, Lüftungs-, Kälte- und Klimatechnik. Unser Job war es, die Präsentation der Ecodan Wärmepumpen nahtlos in das vorgegebene Gestaltungskonzept „We create new solutions“ einzugliedern.



Lösungen im Fokus

Für besondere Dynamik sorgte ein 60-sekündiger Trailer, der auf allen digitalen Kanälen und auf dem Messestand selbst eingesetzt wurde. Und eine 32-seitige Messebroschüre versorgte Interessenten mit weiteren beispielhaften Lösungen und detaillierteren technischen Informationen.

Hausgemachte Ideen

Fast genauso innovativ wie die Produkte von Mitsubishi Electric waren die aus dem Key-Visual weiterentwickelten Messewegweiser. Dank ihrer originellen Formensprache sorgten sie auf Sonder- und Laufflächen für erhöhte Aufmerksamkeit – und korrespondierten perfekt mit Anzeigen und Webbannern aus der flankierenden Kommunikation.

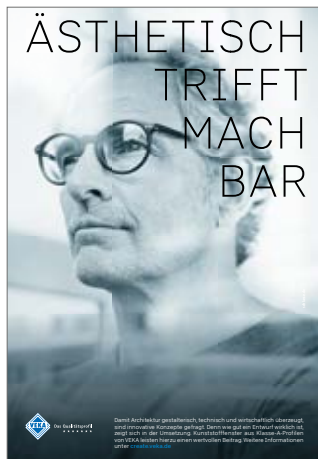


*Film jetzt online
anschauen!*



Stylish trifft überzeugend

Architekten wollen das Beste, und unser neuer Kunde VEKA liefert das Beste. Kunststofffensterprofile in einzigartiger Qualität, mit denen sich anspruchsvolle Konzepte zielsicher umsetzen lassen. Damit das auch in der Kommunikation deutlich wird, gibt es die neue Architektenkampagne von Schlasse! Großrahmige, in edler Duplex-Optik gehaltene Bilder und ein reduziertes Gestaltungskonzept unterstreichen die Kernbotschaft: Es gibt nur einen Hersteller von Kunststofffensterprofilen, der die Denke von Architekten wirklich verinnerlicht hat – und das ist VEKA.







Bitte recht freundlich

Eine bildstarke Kampagne lebt von unverwechselbaren Motiven. Schlasse führte im Vorfeld ein umfangreiches Fotoshooting durch, in dem der gesamte visuelle Rahmen realisiert wurde. Zum Auftakt im Herbst 2017 werden die ersten Anzeigen und Webbanner in Fachmedien geschaltet. Außerdem entwickelt Schlasse den Kampagnenaufhänger in Richtung Bewegtbild weiter, sodass VEKA in Zukunft auch mit multimedialen Inhalten begeistern wird.



Ready for Rückfragen

Eine Microsite im Kampagnen-Look fungiert als zentraler Response-Kanal. Alle Anfragen werden von einer eigens dafür eingerichteten Architektenberatung betreut. Darüber hinaus gibt es eine 32-seitige Broschüre, die weiterführende Informationen bündelt. Als nächster Schritt werden in enger Abstimmung mit dem VEKA Marketing vermehrt Referenzobjekte in die Kommunikation einfließen. Denn sie liefern den perfekten Beleg für das Zusammenspiel von Ästhetik, Qualität und Machbarkeit, für das VEKA steht.



Seitenweise Kompetenz

Um die Ernten im nächsten Jahr zu sichern, machte Bayer CropScience vor Kurzem wieder mit einem umfangreichen Mailing auf die Wichtigkeit der Herbizidbehandlung im Herbst aufmerksam.



**SETZEN SIE AUF DIE
BEWÄHRTE KOMBI!**

HERBSTBEHANDLUNG MIT BACARA® FORTE
UND CADOU® FORTE SET.



MIT DER HERBSTBEHANDLUNG PUNKT

Die Herbstbehandlung lohnt sich! Nicht zuletzt, weil die Winter immer milder werden und so auch mehr und mehr resistente Schadpflanzen die Ernte gefährden. Denn wer bereits im Herbst handelt, kann Unkräuter viel effektiver bekämpfen und den Unkrautdruck von Anfang an eindämmen und darauf aufbauend die Herbizidstrategie im

Frühjahr w
um Wass
ihre Kultu
profitieren
von deut



- gegen Resistenzen durch die bew
- Dreier-Kombi: Flufenacet, Flurtamone, Diflufeni
- Einsetzbar in Weizen, Gerste, Roggen und Tritic
 - Günstige Abstandsauflagen
 - Einsatz im Vor- und Nachauflauf

erleben

Vollgepackt mit nützlichen
Infos vom Experten:
das Herbstmailing
von Bayer CropScience

Unter dem Motto „Mehr Qualität, mehr Ertrag, mehr Erfolg“ erfahren interessierte Landwirte in dem von Schlasse entwickelten Sechsseiter nicht nur alles rund um die Bayer Erfolgsherbizide Bacara® Forte und Cadou® Forte Set, sondern auch, warum sich die Bekämpfung von Schadpflanzen im Herbst besonders lohnt. Dazu gibt es noch praktische Anwendungstipps, perfekt zugeschnitten auf das jeweilige Einsatzgebiet. Das Rundum-sorglos-Paket eben, das es so nur vom Branchenführer gibt.

weiterführen. Die Folge: Der Konkurrenzkampf
und Nährstoffe ist viel geringer, sodass sich
kann viel besser entwickeln können. Und auch Sie
von einem flexibleren Zeitmanagement sowie
lich höheren Erträgen!

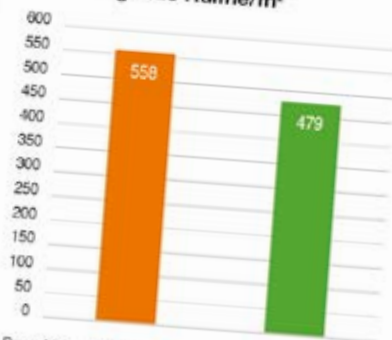
EGNER
MT

WER JETZT HANDELT, HAT SPÄTER MEHR DAVON!

Mit den aufeinander abgestimmten Produkten im Herbst
und Frühjahr bieten wir Ihnen bestmögliches Resistenz-
management und auf Wunsch auch Beratungsservice.

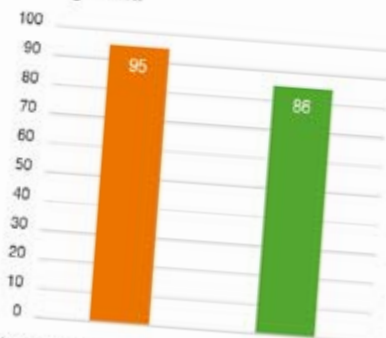


Ährentragende Halme/m²



Herbstbehandlung Frühjahrsbehandlung

Ertrag dt/ha



Bayer Versuchszentrum Döberitz, o. der Jahre 2010 bis 2016, Versuche in Weizen, n = 7

Fazit des Versuchs: Bei gleichen Mä-

- Vorbeugend gegen Resistenzen durch die bewährte Dreier-Kombi: Flufenacet, Flurtamone, Diflufenican
- Einsetzbar in Weizen, Gerste, Roggen und Triticale
- Günstige Abstandsauflagen



Tierisch gut kommuniziert

Vor zwei Jahren auf Imageebene eingeführt und jetzt für die Produktbereiche umgesetzt: die Markenkommunikation für unseren Kunden GEA. Diese haben wir in diesem Jahr gleich um mehrere Produktimagemotive erweitert!



Himmlische Ruhe genießen!

Mit wirksamen Lösungen für mehr Tierwohl.



Genau gleich, ob bei der Haltung, beim Melken oder der Kälberpflege: Göttern Sie Ihren Milchkuh-Kunden auf höchstem Niveau! Mit Produkten und Systemen von GEA, die perfekt abgestimmt sind auf die vielfältigen Bedürfnisse. Für rundum zufriedene Kühe, mehr Milch und wirtschaftlichen Erfolg!

GEA engineering for a better world gea.com



Den besten Futtermix zur Auswahl.

Mit automatischen Fütterungssystemen von GEA.



Zeit, Kosten, Aufwand: Daran können Sie in Zukunft sparen! Mit unseren innovativen Lösungen zur automatischen Fütterung. Dann mit automatisierter Futterausgabe von GEA steigern Sie Ihre Betriebsleistung und Flexibilität – bei größter Herdengesundheit und Milchleistung!

GEA engineering for a better world gea.com

Die neue GEA Kommunikation zieht alle Blicke auf sich.

Mit zahlreichen innovativen Lösungen im Bereich der professionellen Milcherzeugung macht GEA seinem Namen als Technologieführer alle Ehre. Das spiegelt auch der Markenauftritt: Dank der neuen alten Kampagne präsentieren sich nun immer mehr Bereiche der Farm Technologies, zum Beispiel die automatische Fütterung oder alles rund ums Tierwohl, auch kommunikativ im besten Licht. Hauptakteurin ist wieder die Kuh, nur die Schauplätze haben sich geändert. Sehen Sie selbst!

Akademisch ausgezeichnet!

Das von uns entwickelte Kundenmagazin „Der Milchkurier“ überzeugt sowohl optisch als auch inhaltlich. Das sieht auch die Universitätsbibliothek Münster so, die ihn vor Kurzem in ihre Sammlung aufgenommen hat!





Virtuelle Klappe, die zweite!

„Können Sie das auch digital lösen?“ – „Klar!“ So oder ähnlich verlaufen immer mehr Gespräche mit unseren Kunden. Kein Wunder, schließlich wird auch erfolgreiche B-to-B-Kommunikation immer digitaler.

Wie gut das aussehen kann, zeigt unser neues Multimedia-Showreel. Viel Spaß beim Zuschauen!



Film jetzt online
anschauen!

Gründung

► 1959

Gesellschafter

 **Anja Schumacher**
(Geschäftsführende Gesellschafterin)

 **Karlheinz Lohmann**
(Geschäftsführender Gesellschafter)

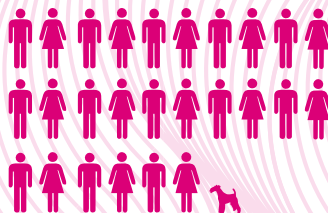
 **Andreas Walber**
(Gesellschafter, Prokurist)

Standort



Erkrath

feste Mitarbeiter



26
+ Hund

Marken & Etats in dieser Ausgabe



Anlagenbau

Hydro_ Projektaufgaben



Bauen, Wohnen, Renovieren

Mitsubishi Electric_ Gesamtbetreuung Bereiche

Wärmepumpen und Jet Towel

VEKA_ Gesamtbetreuung Architektenkommunikation



Automotive

DKV Euro Service_ Gesamtbetreuung



Agribusiness

Lemken_ Gesamtbetreuung

Bayer CropScience_ Projektaufgaben

GEA_ Projektaufgaben

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



Neu: Mehr von uns gibt's
auf agenturmatching.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.

