maga zin

B2B-KOMMUNIKATION
VON SCHLASSE

Wissen schafft Wachstum
Das Wissensportal myADAMA

Direkt zur Sache
Produkteinführungen für Doppstadt

01

Am Anfang war das Neue.

Machen wir uns nichts vor: Immerzu verändert sich irgendetwas. Wir selbst, unsere Mitmenschen, unser Umfeld. Die Jahreszeiten kommen und gehen. Moden und Trends erfinden sich neu. Die Technik schreitet voran. Nichts ist beständiger als der Wandel. Warum fürchten wir uns dann so davor? Zugegeben, in jedem Neuanfang steckt auch die Gefahr des Scheiterns. Aber wer sich nie wandelt, hat von vorneherein verloren. Denn Veränderungen gehören zum Leben dazu. Ohne Veränderungen würden wir immer nur auf der Stelle treten – Entwicklung und Wachstum wären unmöglich. Es bleibt uns wohl nichts übrig, als zu lernen, mit Veränderungen umzugehen. Sie als Chance zu begreifen und positiv zu gestalten.

„Haben wir immer so gemacht" ist dabei keine gute Maxime. Zugleich geht es nicht darum, alles per se umzukrempeln. Wandel braucht einen festen Rahmen, ein klares Ziel, viel Überzeugung und Herzblut. Das gilt auch für den Auftritt von Agenturen und die Kommunikation von Unternehmen. In der ersten Ausgabe unseres neuen Kundenmagazins finden Sie einige ausgesuchte Projekte auf die wir stolz sind. Allen gemeinsam ist, dass sie neue Wege beschreiten. Nicht zum Selbstzweck, sondern mit einer klaren Intention. Konsequent sehenswert und den Nutzen in den Fokus setzend. Aber lesen Sie selbst. Vielleicht ist danach nichts mehr, wie es vorher war.

CONTENT

06 **Schreddern im Doppelpack.**
Produkteinführungen für Doppstadt

10 **Goldrausch!**
GERMAN BRAND AWARD für YNCORIS

12 **Smart Home war noch nie so smart.**
Markteinführung für SMARTilligent
von NORDWEST

16 **Warum schwierig, wenn’s auch einfach geht?**
Erklärfilme für DKV Euro Service

18 **Macht Pflanzenbauer schlauer!**
Das ausgezeichnete Wissensportal
myADAMA


Läuft
bei
uns.



Ob Altholz, Baumisch- und Gewerbeabfall, Biomasse oder Kompost: Recycling ist angesagt. Auch bei uns mehr denn je! Denn wir freuen uns, Doppstadt wieder auf unserer Kundenliste zu begrüßen.

Doppstadt ist ein weltweit aktiver, führender Lösungs- und Full-Service-Anbieter für alle Bereiche der Umwelttechnologie und Wertstoffgewinnung. In 2020 launchte das Familienunternehmen aus Velbert zwei neue Slow Speed Shredder: Inventhor Type 6 und Methor.

Zwei fürs Grobe

Was nach zwei nordischen Kriegern aus einer Netflix-Serie klingt, sind die beiden neuen Walzenzerkleinerer von Doppstadt. Mobile, modulare Maschinen, die sich flexibel in einer Vielzahl von Anwendungsgebieten einsetzen lassen. Und sich durch geringe Kosten und hohe Effizienz auszeichnen. Im Pitch konnte sich Schlasse B2B-Kommunikation durchsetzen für die Produkteinführung dieser beiden neuen Zerkleinerer.



Direkt zur Sache

Entstanden ist ein emotionaler Grundauftritt, der die neuen Maschinen in eindrucksvollen Settings inszeniert. Knackige Headlines bringen nicht nur einen neuen Ton in die Doppstadt-Kommunikation ein, sondern auch die Kernvorteile der Schredder



auf den Punkt. Diese Grundmerkmale prägen auch die breit angelegte Kampagne: von Anzeigen bis zu Broschüren, von PR bis zu Mailings, von Landingpages bis zu Bannern. Und da ist noch einiges am Start!



Macht mehr her: neue Produktanzeigen für Doppstadt.

GOLD beim GBA 2020!

Ausgezeichnetes Image: Unser Kunde, der Industriedienstleister YNCORIS, gewinnt beim GERMAN BRAND AWARD (GBA) Gold in der Kategorie Chemical Industry! Always at your site – Schlasse B2B-Kommunikation. Denn der Markenlaunch sowie die crossmediale Einführungskampagne kommen von uns.

Mit der Auszeichnung würdigt die Jury des GBA den Launch der komplett neuen Marke YNCORIS. Dieser überzeuge mit einem einheitlichen, über alle Kommunikationsebenen hinweg definierten Brand-Design, das die klare strategische Ausrichtung unterstreiche und sich klar vom Wettbewerb abhebe.

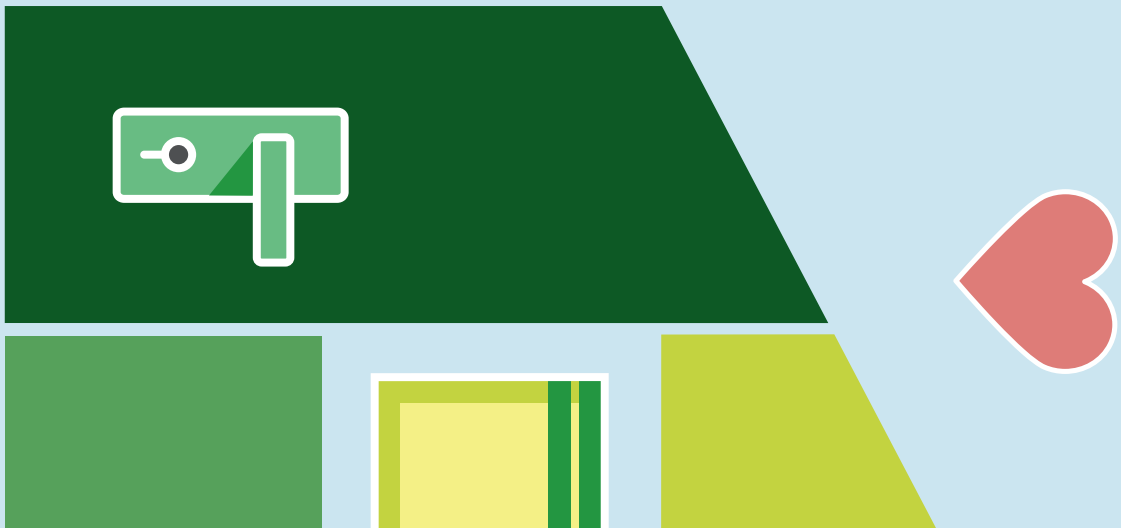
„Wir freuen uns sehr, dass wir diese Auszeichnung erhalten haben. Es zeigt deutlich, dass uns ein höchst zeitgemäßer Markenauftritt gelungen ist, um uns als erste Wahl für zukunftssicheren Industrieservice in der Chemie zu positionieren“, so Wilbert Meier, Leiter Marketing bei YNCORIS.

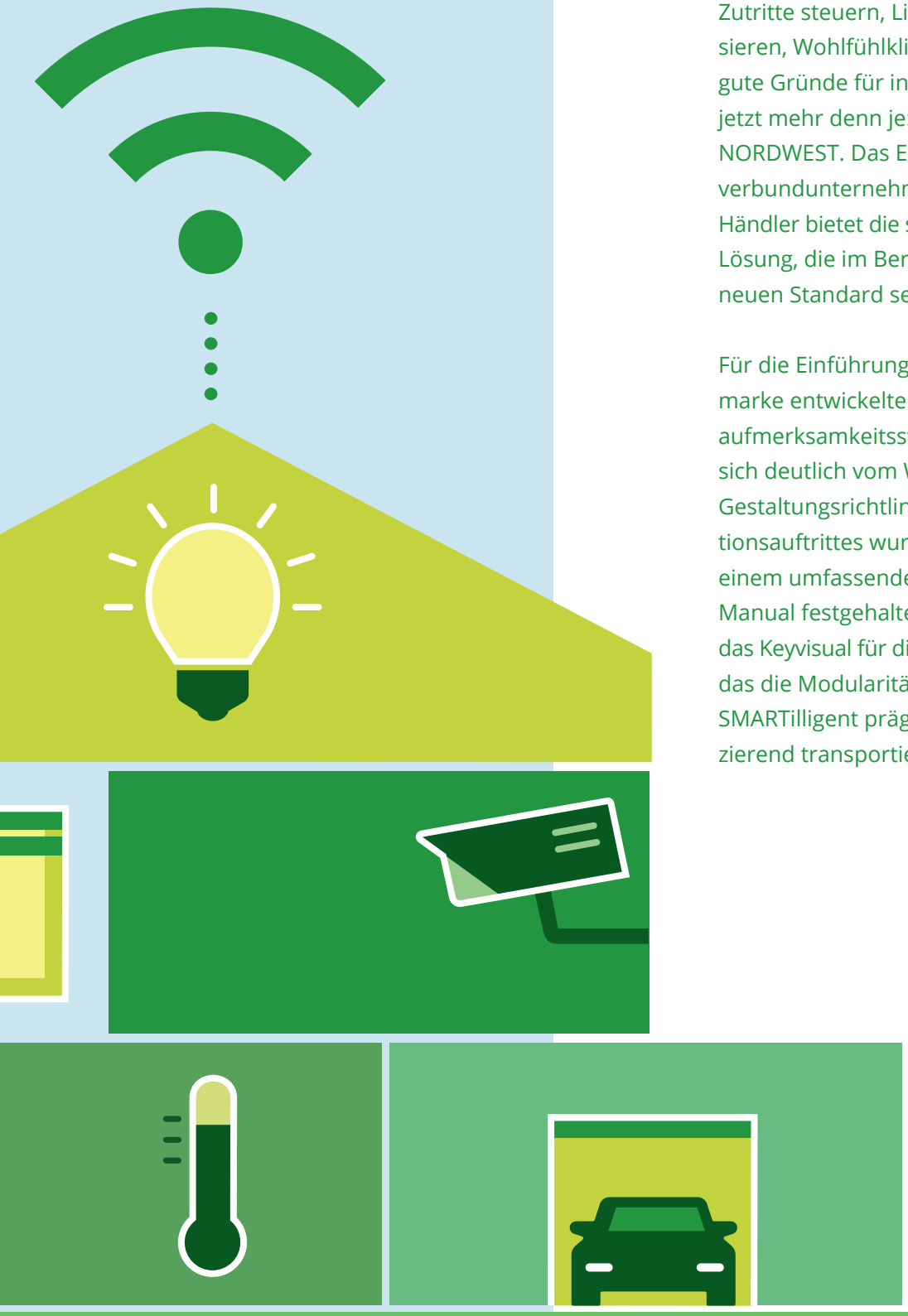
Mehr muss man nicht sagen. Außer: Herzlichen Glückwunsch! Wir freuen uns schon jetzt auf die kommenden Aufgaben.



german brand award '20 gold

Home smart Home.





Zutritte steuern, Lichtblicke automatisieren, Wohlfühlklima regeln. Es gibt viele gute Gründe für intelligentes Wohnen. Und jetzt mehr denn je: mit SMARTilligent von NORDWEST. Das Einkaufs- und Marketingverbundunternehmen für mittelständische Händler bietet die systemübergreifende Lösung, die im Bereich Smart Home einen neuen Standard setzt.

Für die Einführung dieser neuen Produktmarke entwickelte Schlasse nicht nur den aufmerksamkeitsstarken Grundauftritt, der sich deutlich vom Wettbewerb abhebt. Die Gestaltungsrichtlinien dieses Kommunikationsauftrittes wurden anschließend in einem umfassenden Corporate-Design-Manual festgehalten. Zudem entstand auch das Keyvisual für die Einführungskampagne, das die Modularität und Flexibilität von SMARTilligent prägnant und differenzierend transportiert.

Für smart shopper







Als erstes Leitmedium wurde eine Produktbroschüre für Endkunden konzipiert, gestaltet und getextet. Diese umfasst nicht nur die verschiedenen relevanten Funktionsbereiche. Sie kommuniziert auch das differenzierte Portfolio von SMARTilligent ansprechend und eingängig. Zudem beinhaltet die Broschüre eine Checkliste, die potenzielle Kunden als Grundlage für ein erstes Beratungsgespräch nutzen können.

Mehr Infos über den neuen Smart-Home-Standard finden Sie unter **smartilligent.de**.

Die Werbung



mit der Maus.

Erklär es mir. Und tu so, als ob ich drei wäre. So in etwa das Prinzip der Sachgeschichten aus „Der Sendung mit der Maus“. Dem Vorreiter für ein Bewegtbildformat, das schwierige Themen möglichst einfach erklärt. Und das ist genau das, was ein Erklärvideo macht: komplexe Prozesse, Produkte oder Dienstleistungen auf das Wesentliche konzentrieren und Informationen kompakt und unterhaltsam aufbereiten.

Für DKV Euro Service entwickelte Schlasse gleich mehrere Erklärfilme. Dabei wurden so komplexe Themen umgesetzt wie Factoring für Transportunternehmen, E-Mobilität oder auch die DKV App für effizientes Lkw-Fahren. Im Rahmen des von Schlasse für DKV entwickelten Bewegtbildkonzepts wurden die Filme komplett von uns inhouse erarbeitet: vom Konzept über das Storyboard bis hin zur Animation mit Sprechertext, Filmmusik und Sounddesign.



Jetzt anschauen:
Kompliziertes einfach erklärt!

Wissen macht ADAMA.





Moderne Landwirtschaft ist nicht nur ackern von morgens bis abends. Sie ist deutlich komplexer und anspruchsvoller. Und verlangt Landwirten in allen Bereichen deutlich mehr ab. Als weltweit führender Anbieter von Pflanzenschutz unterstützt ADAMA seine Kunden darin, ihre tägliche Arbeit zu bewältigen. Vor diesem Hintergrund etablierte es ein Online-Wissensportal und positionierte sich als erste digitale Wahl für Pflanzenschutz im Netz.

myADAMA bündelt alle digitalen Angebote des Unternehmens unter einem Dach. Dabei wurden die Inhalte und der Funktionsumfang der Plattform ausgebaut und modernisiert. Der Fokus liegt bei allem auf dem Austausch von Wissen und der praxisnahen Beratung der Landwirte.



Kein Hirngespinst:
Anzeige für myADAMA.

Bauer wird schlauer

Registrierte Benutzer von myADAMA finden Informationen, die individuell auf ihren Standort, ihren Betrieb und ihre Kulturen abgestimmt sind: Praxistipps für Pflanzenschutz, Agrarwetter, Tools wie z. B. ISIP und einen kurzen Draht zum persönlichen Support. Außerdem greifen sie ganz einfach über das Portal auf Funktionen wie Kalender, Medienradar und aktuelle Marktpreise zu. Wann und wo immer sie es brauchen – einfach über Smartphone, Tablet oder Rechner!

Schlasse entwickelte für myADAMA eine breit angelegte crossmediale Kampagne, um den Relaunch zu kommunizieren. Unter anderem wurde das Wissensportal durch den gezielten Einsatz von Social Media beworben. Zudem wurde eine interaktive Wissensrallye mit integriertem Gewinnspiel als Verstärker implementiert, um zusätzliche Neuanmeldungen zu gewinnen. Im Zentrum dieser umfangreichen Vermarktungskampagne für myADAMA steht ein prägnantes Keyvisual mit der programmatischen Kampagnen-Line „KnowHow to Grow."

german brand award 20 winner



Wissen, was auf myADAMA läuft:
die interaktive Wissensrallye mit Gewinnspiel.

Ausgezeichnet geschützt!

myADAMA ist was Besonderes! Warum? Zum einen: Sowohl die Kampagnenline „KnowHow to Grow!“ als auch das Key-visual sind ab sofort markenrechtlich geschützt. Zum anderen: Für das Re-Branding seines Wissensportals gewinnt ADAMA einen German Brand Award 2020 in der Kategorie Excellent Brands – Chemical Industry. Herzlichen Glückwunsch!

Jedem wohnt Anfang

Ende ein inne.

Impressum

Herausgeber
Schlasse GmbH B2B-Kommunikation
Bahnstraße 50
40699 Erkrath
Fon +49 211 520323-0
hello@schlasse.de
www.schlasse.de

Redaktion/Gestaltung/Text
Schlasse GmbH B2B-Kommunikation
magazin@schlasse.de

Online-Ausgabe
magazin.schlasse.de

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 elektronische Verbreitung von Artikeln, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Redaktion.

© Schlasse B2B-Kommunikation, März 2021

Kunden in dieser Ausgabe

Doppstadt www.doppstadt.de
YNCORIS Industrial Services www.yncoris.com
NW NORDWEST www.nordwest.com
DKV www.dkv-euroservice.de
ADAMA www.adama.com



schlasse