

fmk.

FACT»

**FACT» AN DIESEM SITZ KOMMT NIEMAND VORBEI**

Im Rahmen der Einführung der neuen Nutzfahrzeugsitze unseres Kunden RECARO Automotive Seating haben wir eine umfassende Kampagne inklusive Mediastategie entwickelt, die alle relevanten Print-Titel sowie zielgerichtete Online-Maßnahmen umfasst. Ziel ist es, potenzielle Käufer über unterschiedliche Kanäle und über einen definierten Zeitraum hinweg zu „verfolgen“.

Schon bei der Ausarbeitung der Strategie war klar, dass neben einer hochwertigen POS-Ausstattung und den klassischen Anzeigen in unterschiedlichen Formaten ein Schwerpunkt auf SEM (Search Engine Marketing)- und SMM (Social Media Marketing)-Aktivitäten gelegt werden soll. Die vorab definierten Zielgruppen werden auf möglichst vielen Kanälen angesprochen.

Im Rahmen der Produkteinführung wurden folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Anzeigenkampagne inkl. Bildkonzept
- POS-Ausstattung inkl. Display
- HQ-Banner
- Google AdWords
- Google Banner
- Facebook Ads
- Remarketing-Maßnahmen

„Remarketing“ bedeutet vereinfacht, dass bei Besuchern, die sich den Produktbereich Nutzfahrzeugsitze auf der Homepage angesehen haben, ein Cookie gesetzt wird. Der Besucher bekommt dann auf anderen Internetseiten innerhalb des Google-Banner-Netzwerks gezielt Nutzfahrzeugsitz-Banner von RECARO angezeigt.

SEM- und SMM-Beispiele:

FACT

# MIT LIEBE ZUM DETAIL

Die Eissmann Group Automotive aus Bad Urach ist ein weltweit führender Hersteller hochwertiger Bedienmodule, Verkleidungsteile und kompletter Fahrzeuginnenräume. Im Zuge der erfolgreichen Unternehmensentwicklung haben wir ein neues Corporate Design entwickelt, das zur IZB in Wolfsburg erstmals komplett umgesetzt zu sehen war.

Kernstück des neuen Unternehmensauftritts ist die neue Corporate Website, die auf der Basis des Content-Management-Systems „Typo3“ aufgebaut wurde. Sie transportiert auf elegante, unaufgeregte und doch emotionale Art die Ideen und Leistungen des Unternehmens Eissmann. Getreu dem Firmenmotto: „Mit Liebe zum Detail“. Flankiert wird die Website durch klassische Print-Werbemittel, Anzeigen in unterschiedlichsten Medien, Personalanzeigen sowie der grafischen Gestaltung der Messeauftritte und -einladungen.

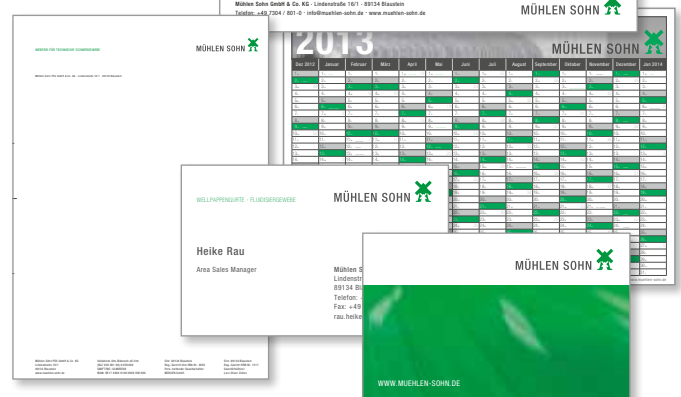
Zudem wurden wir mit der Gestaltung des firmeneigenen Kommunikationszentrums in Bad Urach betraut. Durch sehr hochwertige Präsentationsvitrinen und mithilfe unterschiedlicher Wandgestaltungen sowie einer multimedialen Unternehmenspräsentation wurde das Corporate Design auch hier erfolgreich eingeführt.



fmk.

# EINE ÜBERZEUGENDE STRATEGIE

Nachdem wir für unseren neuen Kunden Mühlen Sohn GmbH & Co. 2012 bereits ein internes „Regelwerk“ zum Thema Unternehmenspolitik entwickelt und umgesetzt haben, wurde nun auf dieser Basis ein neues Corporate Design erstellt, das Logo einem Facelift unterzogen und der Kommunikationsauftritt weiterentwickelt. Umgesetzt wurden bislang u. a. eine Imagebroschüre, diverse Produktflyer, die Geschäftsausstattung, Personalanzeigen, erste Messeauftritte sowie weitere Werbemittel und Give-aways. Weitere Broschüren sowie ein neuer Online-Auftritt befinden sich in der Umsetzung.



fmk.

# TALAR SVENSKA, NORSKA ELLER DANSKA?

Für unseren langjährigen Kunden Knauf Bauprodukte aus Iphofen haben wir mit Blick auf den skandinavischen Markt eine Vielzahl an Produkten einem Verpackungsrelaunch unterzogen.

Besondere Herausforderung dabei war es, vielfältigste Textinformationen, Bilder sowie umfangreiche gesetzliche Vorgaben und Hinweise in mehreren Sprachen pro Verpackung so zu positionieren, dass das Ganze noch zum von uns entwickelten Corporate Design für Verpackungen passt und weiterhin so informativ und schnell lesbar ist wie die anderen Länderversionen.



FACT

## INTELLIGENTES DESIGN

RECARO Automotive Seating hat uns damit beauftragt, die neuen Gestaltungsvorgaben der RECARO Group als Markeninhaber auf sämtliche Werbemittel anzuwenden und das neue Erscheinungsbild in einem CD-Manual zusammenzufassen.

Zahlreiche Komponenten des neuen Erscheinungsbildes haben wir für RECARO Automotive Seating bereits umgesetzt – wie die Corporate Website, diverse Preislisten und Broschüren, mobile Messewände oder auch die in diesem Newsletter vorgestellte Online- und Print-Kampagne für Commercial Vehicle Seating. Andere Werbemittel befinden sich gerade in der Realisierungsphase: So steht zum Beispiel eine umfassende neue Anzeigenlinie für Pkw-Sitze und den Bereich Motorsport bereits in den Startlöchern.



**RECARO**

FOR WINNERS IN S, M, OR L  
World premiere – the new RECARO P 1300 GT racing shell



**Highly comfortable:** The RECARO P 1300 GT racing shell combines individual comfort and maximum safety. It is the first adjustable length and its shell to meet the new FIA Standard 8862-2009 for "Advanced Racing Seats".

**Extremely versatile:** The shell can be combined with a fixed or a flexible exterior. Solidly anchored, this is the best solution for drivers in other distance races. The flexible exterior makes it possible to adjust the seat length and is ideal for race-winning driver changes.

www.recaro-automotive.com

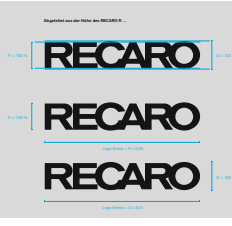
**RECARO**

RECARO NACHRÜSTSITZE PKW  
Slide 2013



**RECARO**

2. LOGO  
Das RECARO „0“ in Relation zum RECARO „R“



**RECARO**

YOUR BACK INSURANCE  
RECARO Ergonomic Series



**FACT**

# DER BESUCH AUF DER IZB IN WOLFSBURG HAT SICH GELOHNT

Im Rahmen der IZB in Wolfsburg, der wichtigsten Zulieferermesse des VW-Konzerns, haben wir für unsere Kunden Eberspächer, Bocar, Culimeta und Eissmann diverse Werbemittel inklusive Standgestaltung realisiert.



**fmk.**

# SCHWÄBISCHER KNABBERSPASS

Salami gehört zu den beliebtesten Wurstsorten der Deutschen und den Genussmöglichkeiten sind quasi keine Grenzen gesetzt: ob zum Frühstück oder Vesper, als Zutat für feinste Gerichte oder als Knabberlei für zwischendurch.

In diesem Zusammenhang haben wir unseren Kunden Metzgerei Kübler bei der Einführung und Entwicklung dieser neuen Produktgruppe für den Lebensmitteleinzelhandel begleitet. Zu unseren Aufgaben gehörten die grundsätzliche Positionierung hinsichtlich der Zielgruppe, das Naming sowie die Entwicklung und Umsetzung einer Verpackungsserie.



**Feinste Salami Stengele in Spitzenqualität**

Zusatz: Schinken- und Rindfleisch gem. 100 g Produkt (23,7% Fleisch), Salz, Gewürze, Ascorbinsäure (E 200), Konservierungsstoffe (Sorbinsäure, Kaliumsorbat) E 202, Gewürze (mit Curry, Paprika, Pfeffer, Kreuzkümmel, Anis, Kümmel, Fenchel, Majoran, Thymian, Rosmarin, Oregano, Basilikum, Petersilie, Schnittlauch, Schnittlauchgrün, Schnittlauchwurz, Schnittlauchblätter, Schnittlauchknospen) E 401, Trennmittel E 460, Untere Schichtenabgrenzungsmittel

<b>Durchschnittliche Nährwerte pro 100 g:</b>	
Energiewert	1967 kJ / 474 kcal
Fett	30,3 g
Kohlenhydrate	1,3 g
Eiweiß	38,4 g

**SALAMI STENGELE**  
DER SALAMI-SNACK FÜR GROSS UND KLEIN!

**FEURIG SCHARF**

120 g e

KÜBLER GmbH & Co. KG  
Zappelnstraße 16 · 71332 Wülflingen

**Feinste Salami Stengele in Spitzenqualität**

Zusatz: Schinken- und Rindfleisch gem. 100 g Produkt (23,7% Fleisch), Salz, Gewürze, Ascorbinsäure (E 200), Konservierungsstoffe (Sorbinsäure, Kaliumsorbat) E 202, Gewürze (mit Curry, Paprika, Pfeffer, Kreuzkümmel, Anis, Kümmel, Fenchel, Majoran, Thymian, Rosmarin, Oregano, Basilikum, Petersilie, Schnittlauch, Schnittlauchgrün, Schnittlauchwurz, Schnittlauchblätter, Schnittlauchknospen) E 401, Trennmittel E 460, Untere Schichtenabgrenzungsmittel

<b>Durchschnittliche Nährwerte pro 100 g:</b>	
Energiewert	2048 kJ / 494 kcal
Fett	32,2 g
Kohlenhydrate	1,7 g
Eiweiß	40,7 g

**SALAMI STENGELE**  
DER SALAMI-SNACK FÜR GROSS UND KLEIN!

**ORIGINAL**

120 g e

KÜBLER GmbH & Co. KG  
Zappelnstraße 16 · 71332 Wülflingen

# EIN FEUERWERK AN MASSNAHMEN – MIT KLAREN ZIELEN UND MESSBAREM ERFOLG

Für unseren Kunden Badischer Wein haben wir zum Jahresende (November und Dezember 2012) ein wahres Feuerwerk an Maßnahmen entwickelt und umgesetzt, das sich sehen lassen kann – und vor allem messbar erfolgreich ist.

Umgesetzt wurden u. a.:

- Eine nationale Anzeigenstrecke in Medien wie Stern, Spiegel, Süddeutsche Zeitung Magazin, Essen & Trinken, Feinschmecker etc. in den Formaten 1/2- und 1/3-Seiten
- Eine nationale 1/1-Anzeige mit einem 32-seitigen Beihefter mit vielfältigen Informationen im Spiegel
- Zwei jeweils 1/1-seitige Advertorials in der Welt am Sonntag
- Online-Banner mit Verlinkung auf Facebook und die Internetseite auf essen-und-trinken.de und stern.de
- Zwei Facebook-Gewinnspiele sowie ein animierter Facebook-Adventskalender
- Ein Festtagspaket mit Online-Bestellmöglichkeit
- Die Verkostung ausgewählter Weine durch Jung-Sommeliers der Sommelier-Union
- Erweiterung der Internetseite um den Bereich „Winterwunderland“

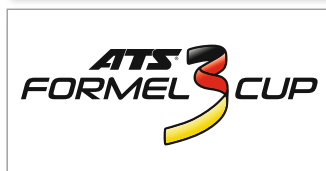
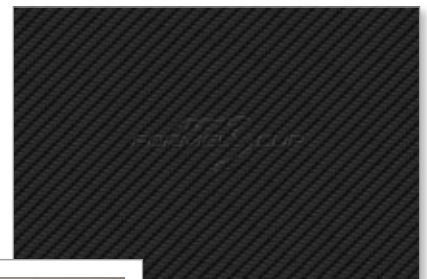
Das Ergebnis:

- Die Fangemeinde auf Facebook konnte in den beiden Aktionsmonaten um 34 % gesteigert werden
- Die Besucherzahlen im Internet wurden gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 70 % gesteigert
- In Bezug auf das Gesamtjahr wuchs die Besucherzahl im Internet damit 2012 gegenüber 2011 um 51 %



## DIE FORMEL FÜR ERFOLG: FORMEL 3

Neben dem klassischen Sponsoring – das FACT-Logo war 2012 auf allen Formel-3-Fahrzeugen platziert – gehörte zu unseren Aufgaben auch das Re-Design des Serien- und Veranstalterlogos sowie der dazugehörigen Geschäftspapierausstattung. Und da eine so erfolgreiche Nachwuchsserie einen passenden Gesamtauftritt verdient, haben wir auch die offizielle Formel-3-Broschüre und eine Präsentationsmappe gestaltet, die bei allen offiziellen Anlässen und bei der Werbung für die Serie international zum Einsatz kommen.

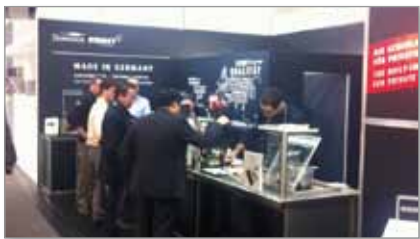


fmk.

# SO KOCHT MAN HEUTE

Für unseren Kunden Komet Maschinenfabrik aus Plochingen haben wir die Kommunikation im Rahmen der Einführung der neuen „VacuFresh“ begleitet – eine in die Küche integrierbare Vakuumiermaschine.

Die neue „VacuFresh“ wurde dem Fachpublikum erstmals in diesem Januar auf der Messe Living Kitchen in Köln präsentiert. Unsere Aufgabe umfasste neben der kreativen Umsetzung der Werbemittel die Maßnahmenplanung, Mediaplanung und Abwicklung, PR, Messestandgestaltung, Direct-Marketing und Online-Kommunikation.



fmk.

FACT

# DAS JAHR(BUCH) DER WERBUNG

Mit großer Freude haben wir erfahren, dass auch 2013 mehreren von uns entwickelten Kampagnen und Ideen in das „JAHR(BUCH) DER WERBUNG“ aufgenommen wurden.

Die äußerst prominente Jury hat unter einer Vielzahl an Einsendungen ausgewählt und die Kampagnen des Jahres 2013 bestimmt. Das nach Branchen sortierte Nachschlagewerk ist seit fast 50 Jahren eine wertvolle Orientierungshilfe für die Marketing- und Werbebranche. Folgende unserer Kampagnen standen auf der Shortlist und werden

im Jahrbuch veröffentlicht:  
 FACT: Das neue Corporate Design für „Culimeta Automotive“  
 FACT: Das neue Corporate Design für „Storchenmühle“  
 fmk.: Die Broschüre „Wintergrillen“ für EDEKA Südwest Fleisch



# FACT» TEXTILE GLASS MEETS METAL

Für unseren neuen Kunden Culimeta, den Textilglasspezialisten aus Bersenbrück, haben wir einen neuen Marktauftritt entwickelt. Zu unseren Aufgaben gehörte außerdem die Definition der Markenpositionierung und die Logostrategie.

Culimeta Automotive verbindet auf einzigartige Weise die Themen Textilglas und Metall sowie Wärme und Kälte. Und das Ganze für den Automobilbereich. So lag es nahe, für den neu zu entwickelnden Auftritt auch ein besonderes Key-visual zu entwickeln, das genau diese Einzigartigkeit aufnimmt. In Kombination mit der reduzierten Optik und besonderen Veredelungen im Druck wird das neue Erscheinungsbild über alle Medien hinweg kommuniziert – von Broschüren über Messestände bis hin zur neuen Website.

Nach der Umsetzung der Werbemittel für den Bereich „Automotive“ folgt im zweiten Schritt die Umsetzung für den Geschäftsbereich „Textilglas“.



# fmk. FACT» NEUE WEBSITES

Für unsere Kunden Lithofin und Böllinger Group haben wir die jeweiligen Online-Auftritte komplett überarbeitet. Dazu gehört aufgrund der zunehmenden Bedeutung von Smartphones und Tablets auch eine mobile Website. Für Lithofin waren wir dabei inhaltlich beratend sowie gestalterisch tätig, für die Böllinger Group umfasste unsere Aufgabe Inhalt, Screendesign, Programmierung und Projektbegleitung bis hin zum „Going live“.

→ [www.lithofin.de](http://www.lithofin.de)

→ [www.boellinger-group.com](http://www.boellinger-group.com)



# SHORTCUTS

+++ FACT: Für die kommende Sommersaison haben wir für Eberspächer ein umfangreiches Fotoshooting abgeschlossen. Die Anzeigenmotive befinden sich jetzt in der Finalisierung +++

+++ fmk.: Von Greiner Bio One wurden wir beauftragt, einen eigenständigen Auftritt im Rahmen des Corporate Designs und diverse Werbemittel für ein neues Geschäftsfeld zu entwickeln +++

+++ FACT: Für Eissmann Individual arbeiten wir an der Entwicklung und Umsetzung einer Imagebroschüre sowie der Erstellung einer speziellen Microsite +++

+++ fmk.: Für unseren Kunden Metzgerei Kübler gestalten wir derzeit einen Verpackungs-Relaunch +++

+++ FACT: Für Eberspächer setzten wir den Jahresbericht des Geschäftsjahres 2012 um +++

+++ fmk.: Von unserem Kunden Unger-Pneumatik wurden wir mit der Entwicklung und Umsetzung des neuen Webauftritts inklusive mobiler Website beauftragt +++

+++ FACT: Die neuen Sommerkataloge von AUTEK sind fertig gestaltet und gedruckt. Für die innovativen Räderneuheiten wurde ein Facelift der Produktseiten sowie der Anzeigenmotive und Flyer eingeführt +++

+++ fmk.: Für unseren Kunden Badischer Wein GmbH bereiten wir derzeit die Messe ProWein in Düsseldorf vor. Darüber hinaus werden aktuell vielfältige Maßnahmen wie z. B. ein Online-Newsletter, verschiedene Print-Projekte und Social-Media-Maßnahmen umgesetzt +++

+++ FACT: Wir arbeiten intensiv an der Neugestaltung des Eberspächer-Portals für Partnerbetriebe sowie der Gestaltung und Einführung eines Online-Katalogs +++

+++ fmk.: Für die Stadt Kirchheim unter Teck entwickeln wir derzeit ein innerstädtisches Leitsystem für Handel und Gewerbe +++

+++ FACT: RECARO Child Safety hat uns mit einer Neukonzeption seiner „Stummen Verkäufer“ (Produktanhänger) beauftragt +++

FACT»

# DAS ERFOLGSPAKET

Rechtzeitig vor Beginn der Standheizungssaison haben wir für Eberspächer wieder ein „Erfolgspaket“ für den Handel geschnürt. Rund um das brandheiße Thema „Bedienung per App“ wurde ein umfassendes Paket zur Handelsunterstützung entwickelt.

Keyvisual der Kampagne ist weiterhin das vorgestellte „Power“-Motiv, das wir für die aktuelle Saison durch einen Fahrzeugwechsel aktualisiert haben. In Kombination mit dem starken iPhone-Motiv wurde von Großflächenplakaten bis hin zu lebensgroßen Shop-Aufstellern eine Vielzahl an Werbemitteln umgesetzt. In auflagenstarken Magazinen wie „auto motor und sport“ oder „sport auto“ wurden spezielle Händleranzeigen platziert und die Microsite um die neuen Visuals erweitert:  
[www.eberspaecher-standheizung.com](http://www.eberspaecher-standheizung.com)

Die bereits seit Längerem zum Einsatz kommenden SEM-Maßnahmen (Search Engine Marketing) wurden auch in der aktuellen Saison wieder mit großem Erfolg eingesetzt. Die bekannten Google AdWords wurden zusätzlich von Remarketing-Aktionen unterstützt, die über das Banner-Netzwerk von Google Besuchern der Eberspächer-Website gezielt Standheizungsbanner auf anderen Websites anzeigen.



fmk.

fmk. werbeagentur gmbh  
Einsteinstr. 44  
73230 Kirchheim/Teck  
Telefon 07021 92009-0  
Fax 07021 92009-22  
[www.fmk-web.de](http://www.fmk-web.de)  
[info@fmk-web.de](mailto:info@fmk-web.de)

FACT»

FACT GmbH Werbeagentur  
Einsteinstr. 44  
73230 Kirchheim/Teck  
Telefon 07021 92009-0  
Fax 07021 92009-22  
[www.factnet.de](http://www.factnet.de)  
[info@factnet.de](mailto:info@factnet.de)