

fmk.

FACT»

Sehr geehrte Leserinnen und Leser, liebe Geschäftspartner und Freunde,

Sie werden es kaum glauben – aber gerade als Werbeagentur tut man sich zuweilen mit der „Eigenwerbung“ am schwersten. Die Ansprüche an den eigenen Außenauftritt sind oft überhöht und die Arbeit für unsere Kunden geht natürlich immer vor. Deshalb hat es auch eine ganze Weile gedauert, bis wir uns auf dieses neue Newsletter-Format einigen konnten. Wir möchten Ihnen mit diesem – in unregelmäßigen Abständen erscheinenden – Druckwerk eine Übersicht über unsere Tätigkeiten geben. Wir sind sicher, dass Sie die eine oder andere Anregung hieraus für Ihre Marke oder Ihre Produkte ableiten können. Deshalb haben wir auch nicht zwischen unseren beiden Marken fmk. und FACT getrennt. Sie erhalten so Einblick in unser Schaffen über die zielgruppenspezifische Aufteilungen hinweg. Über ein Feedback freuen wir uns natürlich gerne. Viel Spaß beim Lesen der ersten Ausgabe!

FACT» FACT WIRD PARTNER DER FORMEL 3

Seit Jahren schon pflegen wir engen Kontakt zu den unterschiedlichsten Rennserien – zur DTM, zur VLN oder zum 24-Stunden-Rennen am Nürburgring. Aufgrund unserer Zusammenarbeit mit dem Nachwuchsrennfahrer Nico Monien ist die Formel-3-Vereinigung auf uns zugekommen, um uns als Partner für die Saison 2012 zu gewinnen. Seit der Gründung der Formel-3-Vereinigung 1975 wird die Formel-Rennserie ununterbrochen ausgeschrieben. Sie ist damit die beständigste nationale Serie. Und noch heute gilt: „Wer in die Formel 1 will, muss Formel 3 gefahren sein“.



FACT nutzt als neuer Sponsor des ATS Formel-3-Cup die hohe Aufmerksamkeit, die die Serie derzeit erzielt: beispielsweise mit den neuen, leistungsstarken Exklusivmotoren von Volkswagen, dem Push-to-Pass-System oder dem geänderten Format mit drei Rennen pro Veranstaltungswochenende. FACT wird im ATS Formel-3-Cup auf allen Fahrzeugen

sichtbar sein. Unser Logo findet künftig seinen Platz rechts und links auf den Motorhauben der Monoposti. Die Zusammenarbeit sieht vor, dass wir neben dem klassischen Sponsoring auch das Marketing des ATS Formel-3-Cup verstärken. Eine speziell auf die Serie zugeschnittene Broschüre ist bereits in der Konzeption.



FACT» DO YOU SPEAK FARSI?

Nach fast einjähriger Vorbereitungs- und Umsetzungszeit war es im Dezember 2011 vollbracht: die erste „Ausbaustufe“ der neuen Eberspächer Corporate Website ging online. Nach der Realisierung eines mehrsprachigen Auftritts der Firmenzentrale und diverser Microsites für die IAA im September folgte Ende des vergangenen Jahres der erste Schwung an Länder-Websites, die technisch, optisch und inhaltlich angepasst wurden. FACT übernahm auch hier – neben der Gestaltung und dem inhaltlichen Befüllen weiter Teile der Websites – die komplette Projektsteuerung zwischen den verschiedenen Abteilungen des Kunden und den diversen Dienstleistern, die natürlich ihren Beitrag zum Erfolg der Seiten geleistet haben.

Neben der kompletten optischen und inhaltlichen Neugestaltung haben wir auch die Technologie umgestellt. Sämtliche Tochter- und Auslandsgesellschaften sind nun eingebunden. Wie die meisten unserer Kunden setzt Eberspächer auf das Content-Management-System „Typo3“. Vor allem die Entwicklung des chinesischen und des iranischen Länderauftritts stellte die Programmierer und Redakteure vor ganz neue Herausforderungen. Wo die chinesischen Inhalte noch relativ einfach einzufügen waren, mussten für die besonderen Anforderungen des arabischen Sprachraumes vor allem auch die Gestalter neue Wege gehen: Sie mussten die komplette Optik und Menülogik der umgekehrten Leserichtung und die ansonsten weltweit einheitliche Bildsprache anpassen.

→ www.eberspaecher.com



Die neue Eberspächer Länder-Website Iran auf „Farsi“

fmk. WINTERZEIT IST GRILLZEIT

Die meisten Menschen denken an Sommer, Sonne und pures Grillvergnügen, wenn sie ans Grillen denken. Moment mal – Sonne: ja, Grillvergnügen: ja, Sommer: nein! Für echte Hardliner und Grillfans gibt es keine festgeschriebene Grillsaison. Gebrillt wird auch bei Minustemperaturen neben Schneemännern und Eiszapfen!



Für unseren Kunden EDEKA haben wir deshalb in einer speziellen Broschüre die wichtigsten Tipps zum Grillen in der kalten Jahreszeit und viele tolle Rezepte für ein unvergessliches Genusserlebnis zusammengestellt, die aus unzähligen

Einsendungen eines Grillwettbewerbs ausgewählt wurden. Folgen Sie doch auch einmal dem sich immer mehr ausbreitenden Winterspaß und laden Sie Ihre Freunde oder die Familie zu einem fröhlichen Wintergrillen in den Garten, auf den Balkon oder in die winterlich verschneite Natur ein. Eine Schneebar ist schnell aufgeschüttet und ein zusätzliches Schwedenfeuer oder der Grill dienen als Wärmequelle.



Entdecken Sie die Vielfalt des Wintergrillens – abseits von „Roten“ und Schweinenacken. Guten Appetit!

FACT» EINE IDEE VOLLER POWER

Nach dem überaus erfolgreichen Anzeigenmotiv der Standheizungssaison 2010/2011 wurden wir von unserem Kunden Eberspächer schon im Frühsommer 2011 vor die knifflige Aufgabe gestellt, für die neue Wintersaison ein Motiv zu finden, das mindestens genauso aufmerksamkeitsstark ist und sich darüber hinaus mit „überschaubarem“ Aufwand auf die einzelnen OE-Kunden anpassen lässt.

Schnell waren wir uns einig, dass wir mit den gängigen „Scheibe-frei-kratzen“-Motiven nicht weiterkommen. So wurde die Idee entwickelt, die Kraft einer Eberspächer Standheizung und ihre Energie bildlich zu zeigen. Gegen diese Power hat der Winter mit all seiner Kälte keine Chance! In einem aufwendigen Prozess wurde zunächst der als Lead-Motiv gewählte Audi A1 im Studio fotografiert, während die CGI-Spezialisten die „Explosion“ digital generierten. Zuletzt wurden von der Post Production alle Einzelteile zusammengesetzt und Hintergrund sowie Schnee eingebaut. Das Besondere an an dieser Vorgehensweise ist, dass wir – je nach Thema und Kunde – gelieferte oder nachträglich fotografierte Fahrzeuge in das Motiv einbetten können, ohne dass alle Inhalte neu erstellt oder bearbeitet werden müssen. So gibt es viele weitere Varianten, z. B. für Opel, Ford oder Nissan.



Making of: CGI-Rendering und Studiofotografie

FACT» KOMPAKT INFORMIERT

Neben dem Gesamtprospekt von RECARO, der Informationen zum Unternehmen und zu allen Produktbereichen enthält, sollten für die einzelnen Aftermarket-Bereiche zielgruppenspezifische Produktinformationen erstellt werden, die die jeweiligen Kernbotschaften und Produktbereiche herausarbeiten und eine gezielte Ansprache in Text und Bild ermöglichen. Das Ergebnis sind vier kompakte Produktinformationen: Ergonomie, Sportsitze, Motorsport und Mobility.

FACT»

DIALOGDESIGN

Mitte 2011 wurden wir von Fiat Deutschland beauftragt, für den Bereich „Teile & Service“ eine umfangreiche Kampagne zum Thema „Dialogannahme“ zu entwickeln, die sich auf die einzelnen Marken der Fiat-Gruppe anwenden lässt.

Unter Berücksichtigung der einzelnen Corporate-Design-Vorgaben wurde eine Broschüren-, Poster- und Aufsteller-Serie entwickelt, die durch den schnellen Austausch von Logo, Bildern, Schriftarten und Farbwelten allen Anforderungen entspricht.

Zudem organisierte FACT in der Deutschland-Zentrale in Frankfurt ein umfangreiches Fotoshooting für die einzelnen Marken. Die Werbemittel finden sich ab dem Frühjahr 2012 im Handel.



Broschüre Dialogannahme FIAT und Markenadaption

**FACT»**

SOMMERZEIT

Während es draußen stürmt und schneit, sitzt unser AUTEC-Team bereits mit Hochtönen an der Gestaltung der neuen Leichtmetallräder-Kataloge für den kommenden Sommer. Neben dem neuen Designprogramm – hier werden die aktuellen Räder-Designs kompakt präsentiert – wird auch wieder der umfangreiche Anwendungskatalog – das Räderprogramm – umgesetzt, der in speziell gestalteten Tabellen die Verwendung für die gängigsten Automarken und -modelle zeigt.



SHORTCUTS

+++ fmk. & FACT: Beide Radiospots für die Badischer Wein GmbH und das hier gezeigte Anzeigenmotiv für Eberspächer wurden beim Jahrbuch der Werbung auf die Shortlist gesetzt und in der Ausgabe 2012 veröffentlicht +++

+++ FACT: Auch nach der Übernahme durch Johnson Controls setzt RECARO Automotive die jahrelange Zusammenarbeit mit FACT fort. In der neuen RECARO Group betreuen wir weiterhin den Bereich RECARO Child Safety mit den Marken RECARO und Storchenmühle +++

+++ fmk.: Greiner Bio-One setzt auch beim kommenden Gesamtkatalog seiner Produkte auf die Erfahrung von fmk. +++

+++ FACT: Die BÖLLINGER GROUP mit Sitz in Bad Friedrichshall hat uns mit der Entwicklung eines neuen Markenauftritts beauftragt +++

+++ FACT: Für den Car-Hi-Fi-Spezialisten Clarion wird momentan ein neues Logo für zertifizierte Händler entworfen, das europaweit zum Einsatz kommen soll +++

+++ fmk.: Für die Badischer Wein GmbH arbeiten wir derzeit an der weiteren Verjüngung der Marke. Mehr dazu in einer der nächsten Ausgaben +++

+++ FACT: Für Eberspächer wurde auf Weihnachten hin eine neue Online-Anwendung für digitale Grußkarten programmiert und eingeführt. Über dieses Tool können zukünftig unterschiedlichste Motive zu unterschiedlichsten Anlässen automatisiert verschickt werden +++

+++ fmk.: Für Knauf sind wir gerade an der Umsetzung zahlreicher Verpackungen für den skandinavischen Markt. Mehr dazu in einer der nächsten Ausgaben +++

+++ FACT: Für Eberspächer wird aktuell ein umfassendes Werbepaket für den Bereich „Klimaprodukte“ inklusive Salesfolder, Display, Werbemittel etc. entwickelt +++

+++ FACT: Für die Eissmann Group Automotive befinden wir uns mitten in der Realisierung der neuen Corporate Website +++

fmk. GROSSER AUFTRITT ZUM JAHRESENDE

Für unseren Kunden Badischer Wein GmbH haben wir – neben der aktuellen nationalen Mediakampagne in Print, Funk und Internet – zum Jahresende 2011 noch zwei besonders ansprechende Advertorials in der „Welt am Sonntag“ realisiert. Durch die beiden 1/1-Seiten konnte der Response – wie zum Beispiel die Zugriffszahlen auf die Homepage der Badischer Wein GmbH – zum Jahresende nochmals deutlich gesteigert werden.

Mit den Advertorials folgen wir einem aktuellen Trend in Richtung Vermischung von redaktionellen und werblichen Inhalten. Nach den formalen Vorgaben des Verlags zu Raster, Schriftarten und Rubriken werden die Seiten gestaltet. Unsere kreativen Köpfe bestimmen die werblichen Inhalte, Bilder und Aussagen.

Und der Erfolg – nicht nur dieser beiden Advertorials – gibt uns und dem Trend recht ...



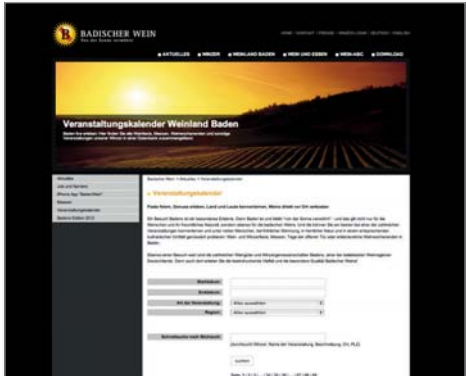
Advertorials aus der „Welt am Sonntag“

fmk. KEINE VERANSTALTUNG VERPASSEN

Zur Saison 2012 erstellen wir für die Badischer Wein GmbH wieder einen umfassenden Veranstaltungskalender, der die wichtigsten Messen, Wein- bzw. Winzerfeste und alle anderen wichtigen Termine aus der Region aufführt.

Der Veranstaltungskalender ist als handliche gedruckte Broschüre erhältlich und tagesaktuell über die Website der Badischer Wein GmbH einsehbar. Auf die umfassende Datenbank greift zeitgleich auch die von uns entwickelte iPhone-App

zu und zeigt – neben vielen weiteren Infos – die passenden Veranstaltungen in der Nähe des Users an. Eine gezielte Unterstützung für Weinliebhaber, damit sie keinen Event mehr verpassen.



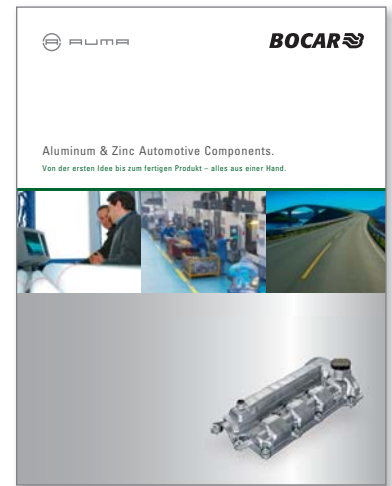
Umsetzung des Veranstaltungskalenders als iPhone-App, Website und Broschüre



FACT» BIENVENIDOS A MÉXICO

Etwas erstaunt waren wir schon, als wir Ende 2010 einen Anruf aus Mexico City erhielten – mit der Anfrage, ob wir für die GRUPO BOCAR die komplette Neugestaltung des Corporate Design inklusive Marken- und Marketingberatung übernehmen wollen. Wir wollten.

Der Kontakt kam über die persönliche Bekanntschaft der Inhaberfamilien von BOCAR und Eberspächer zustande. Vielen Dank für die Empfehlung! Die GRUPO BOCAR gehört zu den größten Automobilzulieferern der NAFTA und unterhält auch Standorte in Deutschland. Aufgrund des starken Wachstums und diverser Zukäufe sollte nun das globale Erscheinungsbild überarbeitet werden, inklusive Neuentwicklung der Markenlogik. Die erste Broschüre der neuen Serie erscheint in diesem Jahr.



FACT» WER HAT'S ERFUNDEN?



Spot on: die Erfinder des Kindersitzes in neuem Look! Für unseren langjährigen Kunden Storchenmühle haben wir zum Kollektionswechsel 2011/2012 ein komplett neues Corporate Design entwickelt, das auf einer umfangreichen Betrachtung aktueller und zukünftiger Lebensstile basiert. Nach dem Erscheinen des Gesamtkataloges in mehreren Sprachen und der Gestaltung des Messeauftritts Ende 2011 erfolgt nun sukzessive die Umsetzung aller Werbemittel.



fmk. FACT» WAS LANGE WÄHRT

Passend zur neuen eigenen „Marketingoffensive“ haben wir auch unsere Websites komplett neu gestaltet und inhaltlich aufgebaut. Beide wurden in TYPO3 realisiert. Hier wird schnell und direkt das gezeigt, was die meisten Besucher am brennendsten interessiert: „Für WEN haben die WAS gemacht?“ Der Auftritt von FACT ist bereits komplett, in den kommenden Wochen werden die Website von fmk. und die englischen Versionen online gehen.

→ www.factnet.de → www.fmk-web.de



fmk.

fmk. werbeagentur gmbh
Einsteinstr. 44
73230 Kirchheim/Teck
Telefon 07021 92009-0
Fax 07021 92009-22
www.fmk-web.de
info@fmk-web.de

FACT»

FACT GmbH Werbeagentur
Einsteinstr. 44
73230 Kirchheim/Teck
Telefon 07021 92009-0
Fax 07021 92009-22
www.factnet.de
info@factnet.de