

Meldungen

AUS INDUSTRIE & KOMMUNIKATION

The Power of (E) Motion

// Die Walther Flender Gruppe zeigt Power, Dynamik, Innovation – mit starken Bildern, ungewöhnlich und ästhetisch. Dies ist die Kernaussage der neuen Marketingkampagne, mit der die Unternehmen künftig noch mehr Aufmerksamkeit für die Marke und ein unverwechselbares Bild der Firmengruppe (www.walther-flender-gruppe.de) schaffen wollen.

Das neue Konzept der Werbeagentur DesignPeople (www.designpeople.de), die bereits für die Marketingkampagne innerhalb der Flennor GmbH verantwortlich zeichnete, überzeugte auf der ganzen Linie. Die Essener Kommunikationsspezialistinnen übernahmen das Motto 'The Power of (E) motion' der Flennor Kampagne, denn es transportiert zum einen den Gruppengedanken und verdeutlicht zum anderen auch die internationale Ausrichtung der Unternehmensgruppe. Auch die neuen Image motive für die Walther Flender Gruppe

wurden an das Flennor-Motiv angepasst. Sie transportieren den Markenkern der Firmengruppe als ein hoch innovatives, flexibles und modernes Unternehmen. Im eher sachlich geprägten technischen Umfeld wird so durch eine neue Art der Verbindung von Mensch und Produkt eine attraktive Markenwelt für die Unternehmensgruppe geschaffen.

Zum ersten Mal wurde die neue Kampagne Kunden und Interessenten auf der diesjährigen Motek präsentiert. Der Messeauftritt stand ganz unter dem Motto 'Auffallen und Aufmerksamkeit erregen', zumal der 80 qm große Stand inmitten der Wettbewerber platziert war. Das Ziel, den Besucherfluss zum Walther Flender Stand zu steuern, wurde voll und ganz erreicht.

Gerade die neue Standgestaltung, die entsprechend der Richtlinien der neuen Imagekampagne von der satis&fy AG aus Werne (www.satis-fy.com) umge-

setzt wurde, sorgte für große Aufmerksamkeit bei den Besuchern. Besonders die farbliche Gestaltung mit dem WF-Gelb und auch die großflächig angebrachten Imagemotive kamen gut an. Als Attraktion erwies sich ein Fahrrad, mit dem die Besucher auf spielerische Art die Wirkungsweise des neuen Carbon-Riemens erfahren konnten.

Erstmals wurde auch die neue Imagebrochure der Unternehmensgruppe auf der Messe ausgegeben und parallel kamen die neu entwickelten Anzeigenmotive zum Einsatz. Im nächsten Schritt wird der Internetauftritt neu gestaltet.

„Durch das Auftreten der Walther Flender Gruppe im neuen modernen Gewand und natürlich durch den tatkräftigen Einsatz des Vertriebsteams konnten wir viele neue Kontakte gewinnen und bestehende Kundenbeziehungen weiter ausbauen“, ist Silvia Sperling (Marketing/PR) überzeugt. (dw)



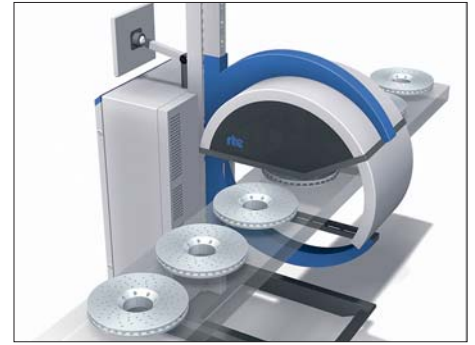


BoB-Award 2008

// Der BoB 'Best of Business-to-Business' Award 2008 wird bereits zum elften Mal vom Kommunikationsverband e.V. ausgeschrieben. Mit dem BoB zeichnet der Verband herausragende BtoB-Kommunikation mit dem Ziel aus, die Qualität von Arbeiten in diesem wichtigen Bereich der Marketingkommunikation zu fördern. Der Wettbewerb hat die Aufgabe, Managementprozesse von relevanter, kontinuierlicher, professioneller und dadurch erfolgreicher Markenführung für alle Marktteilnehmer – Agenturen, Medien, Industrieunternehmen und Institutionen – transparent zu machen.

Die Jury setzt sich im Schwerpunkt aus Kommunikationsfachleuten aus Unternehmen sowie Agenturen, der Fach- und Wirtschaftspresse und der Wissenschaft zusammen. „Wir generieren mit dem BoB Markttransparenz, die für Agenturen und Auftraggeber im BtoB-Kommunikationsmarkt eine Entscheidungshilfe ist, den bzw. die richtigen Partner für die Unternehmenskommunikation zu finden. Oder anders gesagt, der BoB soll auch einen Beitrag zur Professionalisierung der Kommunikation leisten“, kommentiert Klaus Flettner von der Agentur Change Communication und Präsident des Kommunikationsverbandes.

Dem BoB 2008 wird – wie schon im Jahr zuvor – eine Dokumentation in Buchform folgen. Darin werden die prämierten Einreichungen durch Fachbeiträge ergänzt. Das Buch kann über die Bundesgeschäftsstelle für 29,00 Euro erworben werden. Die Einreichung für den BoB-Award 2008 erfolgt ausschließlich über die BoB-Website www.bobaward.de. Einsendeschluss ist der 19. Dezember 2008. Die Preisverleihung findet am 21. April 2009 in Frankfurt am Main statt. (cr)



Preisgekröntes Design

// Dass innovative Technologie und zukunftsweisendes Design zu einem starken Produkt verbunden werden können, dies belegt die im Oktober mit dem Designpreis Baden-Württemberg 2008 preisgekrönte akustische Materialprüfanlage SonicTC™ der RTE Akustik + Prüftechnik GmbH (www.rte.de). Für die Gestaltung der Maschine erhielt das Stuttgarter Entwicklungsbüro bgp Design (www.bgp-design.com) die begehrte Auszeichnung in Gold.

Der in diesem Jahr als 'Focus Green' ausgeschriebene Designpreis rückte umweltorientierte Produktentwicklung und Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt der Bewertung und wurde für zukunftsweisende professionelle, herausragende Gestaltungsleistungen an Hersteller und Designer verliehen. Mit dem mutigen 'form follows function' erfüllt die Anlage der im baden-württembergischen Pfinztal ansässigen RTE neben dem 'catching the eye' auch alle funktionalen Aspekte wie Mobilität und Flexibilität zur Anpassung an die unterschiedlichsten Umgebungsbedingungen. Aus der funktionalen Struktur wurde ein starkes markenbildendes Zeichen entwickelt, das vom Design her auch in den komplexen Strukturen heutiger Fertigungsanlagen einen hohen Wiedererkennungswert besitzt.

Die Leistung des bgp design Teams würdigt Ingolf Hertlin, General Manager bei RTE: „Die komplexe und unkonventionelle Denkweise der Designer hat uns bei der Entwicklung des SonicTC™ davon überzeugt, dass wir mit Hilfe des 'Industrial Designs' unsere neuartige Technologie überzeugender und erfolgreicher im Markt platzieren können.“ (cr)