



Arbeitsproben

Rent a brain

Birgit Greulich

mobil: 0 172 - 7 22 00 64

mail: bg@rent-an-ad.de web: www.rent-an-ad.de

*Look
now!*

... weitere Arbeitsproben finden Sie auf

www.rent-an-ad.de

- ...❖ **Kunde:** Caparol Industrial Solutions (CIS)
- ...❖ **Branche:** Industriefarbkonzentrate
- ...❖ **Projekt:** Positionierung, Fotoshooting, Corporate Design (Webseite, Image-Broschüre)
- ...❖ **Kategorie:** B2B

...❖ Positionierung und Umsetzung in Webseite und Imagebroschüre

Die Caparol Industrial Solutions ist eine Tochter der DAW SE (Deutschen Amphibolin Werke) Gruppe, einem der größten Hersteller von Lacken und Farben in Europa. Die CIS stellt hochwertige Industriefarbkonzentrate in verschiedenen Konsistenzen (eine breite Produktpalette von Tintings, Pasten und Masterbatch) her. Da es hier um B2B geht und Beratung und persönliche Betreuung im Unternehmen groß geschrieben wird, wurde alles über den Vertrieb und die Mitarbeiter der Fachabteilungen kommuniziert. Deswegen – man mag es kaum glauben – hatte das Unternehmen bisher auch keine Webseite.

...❖ Die Herausforderung:

Eine Struktur zu erarbeiten – vor allem im Bereich der Produkte – da es bis dato nur eine Sammlung von Datenblättern (für mich in Fach-Chinesisch) gab.

...❖ Die Lösung:

Ich habe die Geschäftsführung, die Ansprechpartner aus den verschiedenen Fach-Abteilungen und den Vertrieb auf dem langen Weg der Erstellung einer Informations-Sammlung als Basis für die Texterstellung, der Strukturierung und vor allem eines gemeinsamen Kommitments begleitet.



Birgit Greulich ...❖ Arbeitsproben ...❖ Rent a brain



...❖ Die Umsetzung:

Der neue Claim: Industriefarbkonzentrate – maßgeschneidert und prozessoptimiert

Entwicklung von Leitsätzen:

- Vielseitig: Flüssig, pastos oder fest – ganz nach Bedarf.
- Maßgeschneidert: Das Farbkonzentrat für Ihr Produkt.
- Zuverlässig: Charge für Charge exakt der richtige Farbton.
- Multifunktional: Masterbatches mit Mehrwert.
- Flexibel: Nach RAL, NCS, Pantone oder Ihren Farbvorlagen
- Effizient: Schnell, individuell und jederzeit reproduzierbar

Fotoshooting:

An zwei Tagen im laufenden Betrieb über 30 Visuals an verschiedenen Locations plus Portraits zu shooten – das war auch eine Herausforderung ;-)
Die Fotoausfassung: immer nah am Produkt und „echte“ Menschen, also Mitarbeiter.

Stärkung des Profils als Arbeitgeber:

Um das Profil der Caparol Industrial Solutions als attraktiver Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb zu stärken, wurden Interviews mit ausgesuchten Mitarbeitern geführt und auf die Webseite gestellt.

- Kunde: Caparol Industrial Solutions (CIS)
- Branche: Industriefarbkonzentrate
- Projekt: Positionierung, Fotoshooting, Corporate Design (Webseite, Image-Broschüre)
- Kategorie: B2B

Image-Broschüre:
Adaption der Inhalte und Bilderwelten auf eine 16-seitige Broschüre.



Über uns:
Wer wir sind
Was wir mitbringen
Worauf wir stolz sind

Karriere:
Unsere Ausbildung
Unsere Mitarbeiter
(mit Interviews)

Produkte:
Flüssig (Tintings)
Pastos (Paste)
Fest (Masterbatch)

Die Webseite:
Typo3, basierend auf der Struktur und dem Grundlayout der Caparol-Webseite.



Home mit Header-Slider



Birgit Greulich ••••• Arbeitsproben ••••• Rent a brain

- Kunde: Plus.line AG
- Branche: IT/Hosting Services
- Objekt: Markenleitbild und Umsetzung auf Webseite
- Kategorie: B2B

••• Repositionierung für die Plus.line AG

Die Plus.line AG aus Frankfurt ist ein Internet-Dienstleister für Geschäftskunden, der sich mit seinen Services auf die Bereiche Managed Web-Hosting, Corporate Networks und High-End-Internetaccess spezialisiert hat. Schnelles Wachstum, Verlagerung des Schwerpunktes im Dienstleistungsportfolio – vermehrt auf Managed Hosting und Konzentration auf Enterprise Kunden – machten eine Neuausrichtung und Schärfung der Markenpersönlichkeit von Plus.line notwendig.

••• Briefing:

- Aufgabe: Neupositionierung
- Zielgruppe: Kunden, potentielle Neukunden
- Ziel: Neukundengewinnung

••• Umsetzung in Markenleitbild:

Die neue Ausrichtung wurde im Rahmen einer Kunden- und Konkurrenz-Analyse, einer SWOT-Analyse erarbeitet und in einem Markenleitbild, einer Mission und einem 3 Säulen Konzept zusammengefasst:

People » Menschen mit Expertise und Engagement.
Passion » Freude an Herausforderungen.
Performance » Optimale Leistung, höchste Qualität.



Birgit Greulich ••• Arbeitsproben ••• Rent a brain



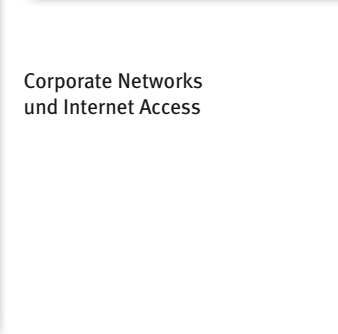
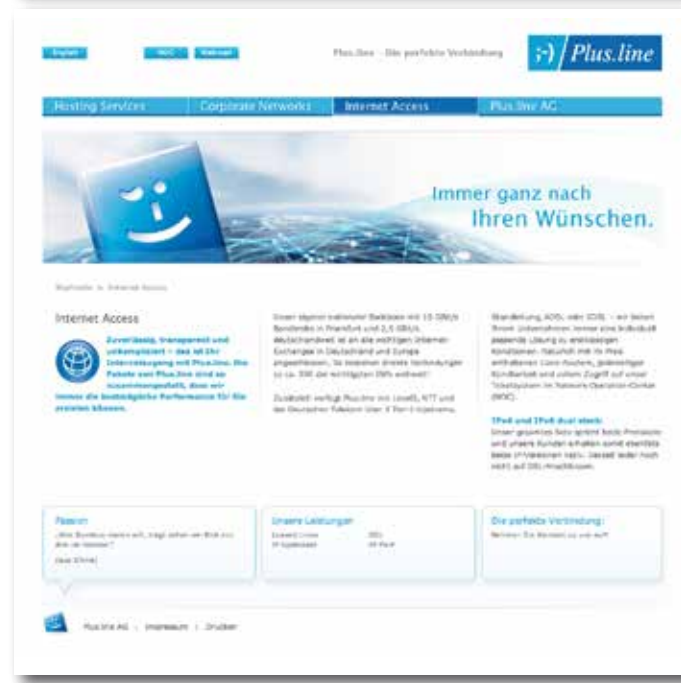
Die Mission:

Wir bieten anspruchsvolle Lösungen für technische Infrastrukturen im 24 x 7 Betrieb, die genau auf die Anforderungen unserer Kunden ausgerichtet sind. Dabei ist uns, neben der bestmöglichen Performance und Zuverlässigkeit, die persönliche Verbindung zu den Menschen, mit denen wir arbeiten, besonders wichtig. Werte wie Vertrauen, Verlässlichkeit und Ehrlichkeit machen die Zusammenarbeit partnerschaftlich und bringen auf beiden Seiten Zufriedenheit.

••• Umsetzung auf Webseite:

Die bestehende Typo3 Website wurde entsprechend des Markenleitbildes überarbeitet – mit besonderem Augenmerk auf die Philosophie „People. Passion. Performance“.

Die Banner wurden ebenfalls überarbeitet: die Bilderwelt – eine echte Low-Budget Umsetzung – setzt die USPs von Plus.line in einer virtuellen Welt in Szene.



Zitate über People, Passion, Performance, die nach dem Zufallsprinzip eingebildet werden



- ...❖ Kunde: **INTHERMO**
- ...❖ Branche: **Baustoffe/Wärmedämmverbundsysteme (WDVS)**
- ...❖ Objekt: **Neupositionierung, Shooting und Umsetzung in Kombi-Broschüre, Webseite**
- ...❖ Kategorie: **B2B, B2C**

...❖ Neupositionierung für INTHERMO

INTHERMO, eine Tochtergesellschaft der DAW (Deutschen Amphibolin-Werke)-Gruppe, einem der größten Hersteller von Farben und Lacken in Europa, stellt natürliche Wärmedämmverbundsysteme (WDVS) auf Holzfaserbasis sowohl für den Holzbau, als auch für den Mauerwerksbau her. System bedeutet, das INTHERMO neben den Dämmplatten auch alle notwendigen Produkte, z.B. Armierung, Fassadenputze, Farben und Zubehör für die Weiterverarbeitung anbietet. Zielgruppe sind Profis, also Verarbeiter (in erster Linie Zimmerleute), aber auch Architekten, Energieberater und/oder Baustoffhändler.

Als Vollsortimenter mit hohem Qualitätsanspruch sieht sich INTHERMO als „Partner auf Augenhöhe“ seiner Kunden aus dem Profi-Bereich und betreut und berät in allen Fragen rund um Verarbeitung, Gewährleistung und Sicherheitsfragen.

...❖ Briefing:

- Aufgabe: Neupositionierung
- Zielgruppe: Kunden, potentielle Neukunden
- Ziel: Neukundengewinnung



alte Webseite



alte Broschüren



neue Webseite

...❖ Die Aufgabe:

Auf Basis des bestehenden Logos und des Claims/Slogan „Meine natürlich Dämmung“ die Neuausrichtung der Markenpersönlichkeit zu entwickeln. Dabei ging es konkret um die Überarbeitung von Look & Feel der bestehenden 2 Broschüren (Holz & Mauer) und Zusammenführung in einer Profi-Kombi-Broschüre.

INTHERMO WDVS sind aus Holz und erfüllen somit hohe Anforderungen an ökologische Ansprüche (binden CO₂), bieten gute Dämmwerte und sind recycle- oder kompostierbar. Holz ist darüber hinaus aber auch ein sehr haptisches Material. Zimmerleute arbeiten jeden Tag mit diesem Material und bringen per se eine „Vorliebe“ für Holz mit – eine Leidenschaft, die auch INTHERMO teilt.



neue Broschüre

...❖ Die Umsetzung:

Daraus wurde die neue Ausrichtung für die Profi-Broschüre: „Natürlich aus Leidenschaft“

Im Shooting begleiten wir unseren „Helden“ der Arbeit – einen Zimmermann – einen Tag lang auf der Baustelle. Die Bildauffassung war immer sehr nah am Produkt: Hand auf Holz, bzw. an der Dämmplatte. Und wir zeigen eine Leidenschaft, bei der die Späne fliegen: es wird gesägt, gedübelt, geschleppt und geschwitzt...



- ...❖ Kunde: Weingarten
- ...❖ Branche: Optik + Optometrie
- ...❖ Objekt: Firmenleitbild, Corporate Design und Umsetzung in Webseite
- ...❖ Kategorie: B2C

...❖ Neue Ausrichtung für das Traditions Haus Weingarten

Seit über 270 Jahren gibt es Weingarten schon in Darmstadt – ehemals großherzoglicher Hofoptiker und heute Darmstadts erster Optometrist.

Aber was ist ein Optometrist? Was macht er? Und was habe ich als Kunde davon? Im europäischen Ausland und in USA ist der Optometrist ein gängiges Berufsbild: er macht viele Vorsorge-Untersuchungen, die in Deutschland der Augenarzt macht und kann so ganzheitlich beraten und betreuen – rund um das gute Sehen. Ein Leben lang.

Die Modernisierung des Ladens war hier Anlass, gemeinsam ein Firmenleitbild zu erarbeiten und die Positionierung von Weingarten in Darmstadt unter dem Gesichtspunkt der Optometrie neu zu justieren.

...❖ Briefing:

- Aufgabe: Neupositionierung
- Zielgruppe: Kunden, potentielle Neukunden
- Ziel: Neukundengewinnung

...❖ Umsetzung in Corporate Design:

Weingarten verbindet Tradition und Innovation, handwerkliche Präzision und moderne Technik – für eine perfekte Dienstleistung. Denn ein Optiker UND Optometrist sieht wirklich mehr.

„Wir sehen mehr“ wurde dann auch der Claim/Slogan. Der Messfühler im Logo ist bildliche Umsetzung dieses wirklichen USPs.



- Kunde: Weingarten
- Branche: Optik + Optometrie
- Objekt: Firmenleitbild, Corporate Design und Umsetzung in Webseite
- Kategorie: B2C

• Neue Website nach Neupositionierung

• Briefing:

- Aufgabe: Neue Website auf Grund der Neupositionierung als Optiker plus Optometristen (Weingarten ist Darmstadts erster Optometrist) und neuem Erscheinungsbild für das Traditionshaus Weingarten
- Zielgruppe: bestehende Kunden, potentielle Neukunden
- Ziel: Die Neupositionierung kommunizieren (was bleibt, was ist neu), Vermittlung des Berufsbildes des Optometristen

• Konzept:

- Auf der Typo 3 Website finden die Kunden die Antworten auf all ihre Fragen: Alles über Weingarten, Optometrie, Brillenmode, Sportoptik, Kontaktlinsen und Service.

• Umsetzung:

- Auf Home drei flexibel einsetzbare Banner (für News, Öffnungszeiten, Aktionen...)
- Know-How Archiv (Glossar), das alle wichtigen Fachausdrücke für den Laien verständlich erklärt

Unterseite Brillenmode



Unterseite Optometrie



Unterseite Über Uns/Team

