

NACH DÜSSELDORF ODER NÜRNBERG ...

MESSE

»Tage der Medienproduktion«
»PRINT digital CONVENTION«

»CO-REACH«

VIER ...

Warum erfolgreiche Ausbilder das ganze Quartett vollmachen, lesen Sie auf Seite 8.

DREI ...

Wie Samen, Garten und Floristik ein geniales Trio bilden, erfahren Sie auf Seite 4.

ZWEI ...

Weswegen Marketing-Tuning mit diesem Duo glänzend funktioniert, steht auf Seite 7.



EGAL. HAUPTSACHE, MAN SIEHT SICH ...

Liebe Marketingfreunde,

in diesem Jahr ist grunewald auf gleich zwei Messen präsent: im Mai in Düsseldorf und im Juni in Nürnberg.

Im aktuellen Kundenmagazin sehen Sie einiges von dem, was grunewald auf den Ausstellungen präsentiert. Zum Beispiel wie Sie gute Taten gut kommunizieren (S. 3), gekonnt zu Events einladen (S. 4/7/8/10) und den Point of Sale beleben (S. 11/12).

Ob live auf der Messe oder zum Durchblättern hier im Heft, lassen Sie sich inspirieren und sprechen Sie uns einfach an.

Viel Vergnügen bei der Lektüre.

Michael Grunewald
Geschäftsführer

f:mp.
fachverband
medienproduktion

PRINT!
digital!
Eine Initiative des f:mp.

»Tage der Medienproduktion«
»PRINT digital CONVENTION«
18. und 19. Mai 2017 // Düsseldorf

CO-REACH
2017

»CO-REACH«
Die Dialogmarketing-Messe
21. und 22. Juni 2017 // Nürnberg

ERFOLGS- GESCHICHTEN

Alle grunewald-Kundenmagazine mit weiteren erfolgreichen Kampagnen finden Sie unter:



www.grunewaldkassel.de/digitaldruck/publikationenpresse



Impressum

HERAUSGEBER
Grunewald GmbH
Digital- und Printmedien
Lindenbergsstraße 44
34123 Kassel

Konzept und Design
Grunewald GmbH
Tel.: 0561 95183-0
info@grunewaldkassel.de
www.grunewaldkassel.de

Konzept und Text
Achim H. Unger
Tel.: 0561 3167674
info@arrabiata.de
www.arrabiata.de

Fotos
Fotolia
Grunewald GmbH
Erscheinungsweise
Zweimal pro Jahr

ClimatePartner
**klimaneutral
gedruckt**

DREIERPACK

Drei Anlässe, ein Prinzip: Mit je einem Kreuzmailing lädt die SAGAFLORE AG zur Jahreshauptversammlung, zum Zukunftsforum sowie zum Garten- & Zooevent ein.

Für die drei kurz aufeinanderfolgenden Veranstaltungen der SAGAFLORE AG waren Kreuzmailings genau die richtige Wahl. Je nach Anlass unterscheiden sich die Inhalte und die grafische Gestaltung. Die einheitliche Linie hingegen ist unverkennbar.

AUFKREUZEN

Die Kreuzmailings sind quadratisch und auf der Rückseite kreuzförmig geschlossen. So umschließen sie die jeweilige Einladung. Das steigert die Aufmerksamkeit und setzt die Botschaft gekonnt in Szene. Alles zusammen steckt in einem wiederum quadratischen Umschlag. Ebenso gut können Kreuzmailings aber auch – wie ein Selfmailer – ohne Kuvert verschickt werden.

ZUSAMMENKOMMEN

Geöffnet ist die raffinierte Form des Kreuzmailings zu erkennen, das auch innen bedruckt ist. Das sieht gut aus und bietet Platz für weitere Textinformationen. Die Einladungskarte zum Garten- & Zooevent, der wichtigsten Veranstaltung des Jahres für die SAGAFLORE AG, ist zudem je nach Zielgruppe personalisiert: Abhängig von der Kundengruppe ist das jeweils passende Logo von einer der fünf relevanten Eigenmarken des Unternehmens platziert.

AUSGESTALTEN

grunewald stellte verschiedene gute Ideen für das Mailing vor – darunter auch das Kreuzmailing – und produzierte es, inklusive stanzen, rillen, falzen und kuvertieren. Für das Garten- & Zooevent wurde die Einladungskarte zudem je nach Zielgruppe mit den unterschiedlichen Logos der Marken versehen, wozu grunewald die entsprechenden Kundendaten verwaltete und der jeweiligen Zielgruppe zuordnete.



Raffiniert verschlossen, einfach aufgeklappt, passend bestückt



Drei Veranstaltungen, drei Kreuzmailings, eine Linie



KEYFACTS

- Ziel: Einladung zu Veranstaltungen
- Kunde: SAGAFLOR AG
- Mailingproduktion: drei Kreuzmailings im Kuvert
- Adressen: 1 663 (100 + 300 + 1 263)
- Features: nach Zielgruppen adaptiert
- Konzept & Gestaltung: SAGAFLOR AG
- Idee & Produktion: grunewald



Unterschiedliche Zielgruppen, wechselndes Marken-Logo innerhalb der Auflage, gezieltes Marketing



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unsere Spezialistin

Andrea Franke

0561 95183-16

a.franke@grunewaldkassel.de

SEITENBLICK

Diese Veredelungstechnik, Edge Print genannt, ist eine Erfindung für seitenstarke Printprodukte. Alle drei Papierkanten lassen sich damit randlos bedrucken – und zwar personalisiert.

Bei diesem Notizbuch, das grunewald zu Weihnachten verschenkte, steht auf der Papierkante der Name des Empfängers. Das ist nur eines von unzähligen Beispielen für Edge Print. Der Fantasie sind beim Bedrucken der Papierkanten keine Grenzen gesetzt.

FÜR STARKE TYPEN

Blöcke, Kalender, Kataloge, Berichte, Bücher ... Praktisch alle Printprodukte mit einer gewissen Stärke lassen sich mittels Edge Print veredeln. Beispielsweise ein Geschäftsbericht, auf dessen Papierkanten der Name des Empfängers steht. Oder ein Produktkatalog mit Register, das als Inhaltsangabe dient. Oder eine Imagebroschüre, die mit dem Firmenlogo veredelt ist. Oder ... oder ... oder ...

MIT PERSÖNLICHER NOTE

Mit Edge Print kann grunewald alle drei Papierkanten personalisiert veredeln, sodass jedes Exemplar zum Unikat wird. Das Ganze geht auch randlos, zum Beispiel vollflächig in der Hausfarbe des Unternehmens.

AUS EINER HAND

Wir liefern gern originelle Ideen und bieten selbstverständlich fachkundige Beratung hinsichtlich Produktart, Form, Papier und Maßen. Wie immer übernimmt grunewald die Produktion, den Druck und die Gestaltung sowie das Datenmanagement und den Versand – ganz wie Sie es wünschen.



KEYFACTS

- Technik: Edge Print
- Einsatzgebiet: Starke Printprodukte wie Bücher, Berichte, Kataloge, Notizbücher und Broschüren
- Features: personalisiert, farbig, randlos



Das geht alles: personalisiert, mit Firmenlogo, vollflächig usw.

Untere und obere Papierkante ebenfalls bedruckbar



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten

Michael Grunewald

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de

GLANZLEISTUNG

DINNEBIER Premium-Cars stellte das neue Maserati Modell Levante SUV vor: 400 Kunden wurden zur Kick-off-Präsentation mit anschließendem PREMIUM-DINNER eingeladen.

Um so richtig Appetit auf den neuen Maserati Levante SUV zu machen, verschickte das Berliner Autohaus eine im Digital Sleeking veredelte Einladungskarte an seine Premiumkunden.

EDELMETALL

Die Einladungskarte ist farbig bedruckt und partiell mit glänzender Silberfolie sowie mit Mattfolie beschichtet. Das erzeugt eine sanfte Haptik und den gewünschten Metallic-Effekt. Der Maserati und auch die fünf Fahrzeugbilder auf der Rückseite sind zusätzlich mit UV-Lack versehen, sodass sie sich glänzend vom matten Grund abheben.

PREMIUMDINNER

Für das Dinner, zu dem die Besucher im Anschluss an die Kick-off-Präsentation eingeladen waren, produzierte grunewald das passende „Dessert-

Surprise“: eine stehende Tischkarte mit einem exklusiven Angebot zum neuen SUV. Gedruckt ist sie auf einem schimmernden Papier mit Perlmutteffekt, das einen Metallic-Effekt simuliert.

LUXUSAUSSTATTUNG

grunewald kann nahezu alle erdenklichen Printprodukte veredeln – zum Beispiel Ihre kompletten Veranstaltungsunterlagen. Veredelungen wie Digital Sleeking, Personalisierungen, Duftlack, Reliefeffekt und viele Weitere werten Events auf und machen daraus etwas ganz Besonderes – fragen Sie uns einfach.



KEYFACTS

- Ziel: Einladung zur Fahrzeugpräsentation
- Kunde: mediaport production GmbH & Co. KG
- Einladungskarte mit Digital Sleeking und Tischkarte auf Perlmutterpapier
- Adressen: 400
- Features: partielle Silberfolie, Mattfolie, partieller UV-Lack und Perlmutterpapier
- Produktion: grunewald

Digital Sleeking

Mattfolie

UV-Lack



Es ist angerichtet



Papier mit Perlmutteffekt

Farbig bedruckt



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten

Michael Grunewald

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de

ERFOLGSSERIE

„Never change a winning Team“: Nach 2014, 2015 und 2016 setzt die Lucas-Nülle GmbH erneut auf CrossMedia. Zum vierten Mal in Folge lädt sie crossmedial zur führenden Ausbildungsmesse ein: zur didacta 2017.

Rund 16 000 Lehrkräfte aus Berufs-, Techniker- und Hochschulen sowie Bildungszentren und Industrieunternehmen sprach die Lucas-Nülle GmbH an, um ihnen Trainingssysteme und Lehrgeräte für technische Berufe vorzustellen. Gut 4000 Empfänger bekamen als Messe-Einladung eine MaxiCard. Knapp 12 000 erhielten stattdessen eine E-Mail-Einladung, ebenfalls gestaltet im Kampagnendesign. Alle, die nicht reagierten, wurden mit einer Erinnerungs-E-Mail nachgefasst.

BEWÄHRTE STRATEGIE

Ob MaxiCard, E-Mail oder Erinnerungs-E-Mail: Die Empfänger wurden in jedem Fall eingeladen, ihre persönliche Landingpage zu besuchen. Als Motivation lockten kostenlose Tickets sowie das individuelle Messegeschenk – eine Powerbank personalisiert mit dem eigenen Namen.

ÜBERZEUGENDE TAKTIK

Auf der persönlichen Landingpage konnten die Besucher bis zu drei kostenlose Tickets ordern, den geplanten Besuchstag eintragen, ihre bevorzugten

Interessensgebiete auswählen – und ihre Powerbank mit ihrem Namen personalisieren. Schließlich galt es, die persönlichen Daten einzutragen und per Klick abzuschicken.

STARKE VORSTELLUNG

grunewald konzipierte die Kampagne, druckte die MaxiCards, programmierte die Landingpages, personalisierte die Powerbanks und wickelte das komplette Datenmanagement für Reagierer wie Nichtreagierer ab.

KUNDENSTIMME

Christiane Blum

Marketing Managerin | Lucas-Nülle GmbH

»Wir sind von Cross Media überzeugt, weil zuallererst der Respons stimmt, insbesondere in Kombination mit dem personalisierten Messegeschenk. Wir können jeden Zugriff auf den Landingpages genau nachverfolgen, erfahren wertvolle Daten und können unseren Messeauftritt viel besser vorbereiten.«



Rundum personalisiert: Einladung zur Landingpage mit Aussicht auf einen „Powerriegel“



**Kräftiger Verstärker:
die personalisierte Powerbank**

**6,9%
RESPONS**

1 KOSTENLOSE ENTRITTSKARTEN
Mit diesem Code Ihre Eintrittskarten kostenlos bestellen
➤ JA, ich möchte
➤ NEIN, ich möchte nicht

2 HABEN SIE SCHON EINEN TERMINDRUCK?
Wir haben für Sie ein eventuelles Termin in Ihrer Nähe
➤ JA, ICH MÖCHTE
➤ NEIN, ICH MÖCHTE
14.2. 15.2. 16.2. 17.2. 18.2.

3 IHRE INTERESSEN
Bitte wählen Sie ein oder mehrere Themen für Ihre Interessen aus

4 IHR MESSEGESCHENK
Mit diesem Code wird Ihr persönliches Geschenk bestellt
CHRISTIANES ENERGIE-RIEGEL
SCHONMAL AUFGEREWT?
WELCHER NAME DABEI ESSEN?
CHRISTIANE
➤ Ich möchte
➤ Ich möchte nicht

5 ANFORDERUNGEN & DATENSCHUTZ
Bitte geben Sie Ihre Kontaktdaten an

6 MEINE DATEN JETZT ABSENDEN

- **Kampagnen-Motiv mit persönlicher Begrüßung**
- **Messtickets ordern und Wunschtermin eintragen**
- **Abfrage der Kundeninteressen**
- **Messegeschenk online personalisieren**
- **Abfrage der Kontaktdaten**
- **Bestätigen und senden**

**Der perfekte Dialog:
in nur 6 Schritten zur Messe**



KEYFACTS

- Ziel: Messeeinladung
- Kunde: Lucas-Nülle GmbH
- CrossMedia: MaxiCard- bzw. E-Mail-Einladung plus Landingpage
- Laufzeit: 6 Wochen
- Respons: 6,9 %
- Features: Personalisierte Kampagne, personalisiertes Messegeschenk, detailliertes Datenmanagement
- Produktion und Programmierung: grunewald



Das wäre etwas für Sie?
Fragen Sie unseren Spezialisten
Oliver Rödl
0561 95183-12
o.roedl@grunewaldkassel.de

ZUGPFERD

Die Messegesellschaft INTERNORGA brachte richtig Zug in die Bewerbung ihrer gleichnamigen Messe für Gastronomen und Hoteliers – mit einem Mailing zum Ausziehen.

Jährlich läuft in der Gastro-Hauptstadt Hamburg an fünf Tagen die INTERNORGA mit weit mehr als tausend Ausstellern. 44 500 Adressaten wurde die Messe vorgestellt und der Besuch schmackhaft gemacht. Ein ausziehbares Schubermailing in Selfmailer-Optik transportierte die Botschaft.

LÄNGENGRAD

Das persönlich adressierte Mailing im DIN-lang-Format eines Geschäftsbriefs ist an der rechten Kante mit Tabber-Etiketten verschlossen und mit einer Griffloch-Stanzung versehen. Hier wird das Mailing



Zwei Falze fixieren die Ausziehseiten im Mailing

geöffnet, gegriffen und kann dann auf ganze Länge ausgezogen werden. So kommen vier Innenseiten zum Vorschein.

BREITENWIRKUNG

Ein reduziertes Messticket, ein reduziertes Bahnticket und die Präsentation der Messehighlights im Innenteil machen richtig Lust auf das Pferd aufzusteigen und die INTERNORGA 2017 zu besuchen. Je nach Zielgruppe – Gastronom oder Hotelier – sind die Inhalte leicht modifiziert, es gibt also zwei Versionen des Mailings.

HÖHENFLUG

grunewald stellte Weißmuster im Originalmaterial her und produzierte das Mailing in beiden Versionen, wofür alle 44 500 Adressen zugeordnet und verarbeitet wurden.



KEYFACTS

- Ziel: Einladung zur Messe
- Kunde: Wire Hamburg GmbH / INTERNORGA Hamburg Messe und Congress GmbH
- Mailing: Personalisiertes Schuber-Mailing (geschlossen: 20,4 x 10,9 cm, geöffnet 56,5 x 10,9 cm), zwei Varianten
- Adressen: 44 500
- Features: innen und außen personalisiert, Schuber verklebt, Stanzung, Stopp-Funktion für Auszug
- Idee & Konzept: Wire Hamburg GmbH
- Produktion: grunewald



Ausstattung zum Zugreifen und Ausziehen



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten

Michael Grunewald

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de

VITAMINBOMBE

tegut... gute Lebensmittel begrüßt seine Kunden mit einer Gutscheinaktion zum Bonusprogramm. Der 8-seitige Selfmailer dazu weist gleich drei Besonderheiten auf.

Die Besitzer der GuteKarte von tegut... erhalten als Dankeschön für Ihre Einkäufe regelmäßig Boni und Rabatte. Diese „Vitamine für die Haushaltskasse“ stellt der Selfmailer allen neuen GuteKarte-Inhabern zur Begrüßung vor.

IM MARKT

Auf den acht Seiten des aufgeklappten Selfmailers bietet sich reichlich Verkaufsfläche, um den Empfänger anzusprechen, 1-2-3 die GuteKarte vorzustellen und herausstrennbare Gutscheine zu integrieren. Selbst für persönliche Worte und etwas Imagewerbung ist noch Platz.

IM ANGEBOT

Besonderheit 1: Das Mailing ist beidseitig mit der persönlichen Ansprache und der Empfängeradresse personalisiert.

Besonderheit 2: Die Einklappseite mit den Gutscheinen ist eigens verkürzt, damit das Aufklappen noch geschmeidiger wird. Besonderheit 3: Die Gutscheine sind perforiert, sodass der Kunde sie ganz einfach heraustrennen kann.

IM EINKAUFSWAGEN

Der Kunde liefert Idee und Konzept, grunewald übernahm die komplette Produktion nebst zugehörigem Datenmanagement für die Personalisierungen.



KEYFACTS

- Ziel: Begrüßung neuer Kundenkarten-Inhaber
- Kunde: tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG
- Mailing: personalisierter Selfmailer (geschlossen 20,9 x 12,4 cm, geöffnet 20,9 x 46,5 cm)
- Adressen: ca. 12.000
- Features: beidseitig in 3 Stufen personalisiert, verkürzte Einklappseite, gestanzte Gutscheine
- Idee, Konzept & Gestaltung: tegut...
- Produktion: grunewald



Begbongt: micro-perforierte Gutscheine zum Heraustrennen

Kurz und gut: verkürzte Ausklappseite für bestes Handling



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten

Michael Grunewald

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de

SÄGEWERK

Zum Valentinstag überraschte hagebau 76 000 Inhaber von Partner-Cards mit einem exklusiven Geschenk. Eine personalisierte Grußkarte motivierte dazu, es im nächstgelegenen Markt abzuholen.

Das Mailing flatterte den Partner-Card-Inhabern von hagebau pünktlich am 14. Februar ins Haus. Als Eye-Catcher diente – passend zum Tag der Liebenden – ein Herzchen zum „Aus sägen“.

DAS HERZ IST TRUMPF

Das Herz auf der MaxiCard ist fein perforiert, sodass es sich abtrennen lässt. Das macht die Säge auf den ersten Blick deutlich, was unmittelbar die Neugier und den Spieltrieb weckt. Das eigenhändig „ausgesägte“ Herz ist ein kleiner Liebesgruß. Die Kunden konnten es im hagebaumarkt ihres Vertrauens einlösen – und direkt vor Ort ein Geschenk in Empfang nehmen.

DIE SÄGE FÜR MAXIMILIAN

Die gestanzte Aktionskarte ist mehrfach personalisiert: Auf der Vorderseite ist der Namen des Empfängers ein Teil des Bildmotivs. Das fällt besonders ins Auge. Auf der der Rückseite sind zudem die persönliche Ansprache, die Adresse und die Daten des jeweiligen hagebaumarktes personalisiert.

DAS WERK IST VOLLBRACHT

Idee und Konzept stammen von hagebau. grunewald gestaltete das Mailing, erstellte die Reinzeichnung und produzierte es – inklusive Herz-Stanzung, Bildpersonalisierung und weiterer Personalisierungen.



KEYFACTS

- Ziel: Einladung zum PoS
- Kunde: hagebau
- Grußkarte: MaxiCard, gedoppelt
- Adressen: 76 000
- Features: Stanzung, Bildpersonalisierung und 3 weitere Personalisierungen, gedoppelt verklebt, gestanzt
- Idee & Konzept: hagebau
- Reinzeichnung & Produktion: grunewald



Personalisierte Liebesgrüße zum Valentinstag

Stanzung zum Abtrennen

Bildpersonalisierung mit Empfängername



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten

Michael Grunewald

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de