

MIT DIGITALER LASERSTANZUNG KÖNNEN SIE VERSCHIEDENS-
TE PRINTPRODUKTE AUF **DIE** RAFFINIERTESTE ART VEREDELN.
MIT DIESER **ERFOLGREICHSTEN** TECHNIK
LASSEN SICH FILIGRANE BUCHSTABEN, FORMEN, ELEMENTE UND
STRUKTUREN ABSOLUT PRÄZISE AUSSPAREN. **LÖCHER**
DAMIT GEWÄHREN SIE DEN PARTIELLEN BLICK AUF DAS
DARUNTERLIEGT. SIE WECKEN NATURGEMÄSS DIE NEU-
BETRACHTER UND STELLEN MAXIMALE AUFMERKSAMKEIT
DIE MÖGLICHKEITEN **SEIT DEM** SIND SIE
SCHÖPFUNGSGEBIET UND DAS GEWÜNSCHTE PRINTPRODUKT HEBT SICH
AUS DER MASSE **SCHWEIZER KÄSE** AB. IM
UNTERSCHIED ZUR MECHANISCHEN STANZUNG IST BEI DER DIGI-
TALEN LASERSTANZUNG KEIN WERKZEUG VONNÖTEN, SODASS
DIESE VEREDELUNGSTECHNIK AUCH FÜR KLEINE AUFLAGEN UND
PERSONALISIERUNGEN IDEAL IST.

KEIN KÄSE!
Wir machen das

ANZIEHEND

Was ein Mailing zum Ausziehen so anziehend macht, zeigen wir auf Seite 4.

APPETITLICH

Warum dieser Durchblick ausgewählte Kunden auf den Geschmack bringt, steht auf Seite 6.

EINLADEND

Wie sich die Türen zum Kunden buchstäblich von selbst öffnen, erfahren Sie auf Seite 8.



MIT SCHWEIZER PRÄZISION

Liebe Marketingfreunde,

in dieser Ausgabe unseres Kundenmagazins fliegen mitnichten die Löcher aus dem Käse. Im Gegenteil: Mit digitaler Lasertechnik werden Papiere, Pappen und Kunststoffe hochpräzise ausgestanzt. So entstehen Motive nach Wunsch, deren Effekte sich von der Masse abheben und die sofort ins Auge fallen.

Beispiele sehen Sie auf den Seiten 3 und 6, auf Seite 7 sehen Sie ein ähnliches Prinzip. Ziel-führende Mailings, weitere Veredelungen und CrossMedia-Kampagnen entdecken sie auf den Seiten 4, 5, 8 und 10. Zudem stellen wir Ihnen einen ausgefeilten Kundendialog (S. 12) vor.

Entdecken Sie die Präzision, und viel Vergnügen bei der Lektüre.

Michael Grunewald
Michael Grunewald
 Geschäftsführer

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**

LASERTECHNIK

Printprodukte mit ausgestanzten Texten, Bildern oder Mustern fallen einfach auf. Und dank der digitalen Lasertechnik rechnet sich diese Veredelung schon bei kleinen Auflagen.

MÖGE DIE MACHT MIT DIR SEIN



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten

Michael Grunewald

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de

DOPPELGÄNGER

Der Automobilzulieferer HELLA und der Systemdienstleister Phaserv nutzten ein artgleiches Ausziehmailing für völlig unterschiedliche Zwecke.



KEYFACTS

- Ziel: Messeeinladung
- Kunde: HELLA KGaA Hueck & Co.
- Mailingproduktion: DIN A5-Ausziehmailing
- Adressen: 650
- Features: gedoppelter Deckel, beidseitige Folienkaschierung, links und rechts ausziehbar
- Konzept & Gestaltung: motor4 GmbH & Co. KG
- Produktion: grunewald

Diese hochstabilen Ausziehmailings lassen sich wie eine Schatzkiste aufklappen und dann nach links wie rechts ausziehen. Sie regen den Spieltrieb an, schaffen hohe Aufmerksamkeit und transportieren großflächig selbst komplexe Botschaften.

VOLL AUF DIE MESSE

Das global aufgestellte Familienunternehmen HELLA entwickelt Lichttechnik und Elektronikprodukte für die Automobilindustrie. Um zur IAA Nutzfahrzeuge

einzuladen, überreichten die Außendienstmitarbeiter das Ausziehmailing persönlich an 650 Kunden.

REIN IN DIE CLOUD

Phaserv, der Standortbetreiber der Behringwerke in Marburg, bietet hygienesensiblen Industrien Systemdienstleistungen für das Datenmanagement. Mit einer CrossMedia-Kampagne stellte Phaserv 300 Unternehmen seine sichere Cloudlösung vor: Das mehrfach personalisierte

Stärker

Deckel mit doppeltem Karton

Mit Neuhöhen und Innovationen aus dem Bereich Licht heißt HELLA Sie auf dem Messestand, Halle 12 - Stand B23, herzlich willkommen. Erleben Sie unsere Produkte und das Thema Modularität interaktiv. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

MIT DEM BEIFÜGTEN GUTSCHEIN ERHALTEN SIE KOSTENFREIEN ZUTRITT ZUR MESSE.

Advanced flexibility in vehicle lighting
HELLA invites you to our exhibition stand Hall 12 - stand B23.
An interactive experience with modular innovation.
We look forward to seeing you.

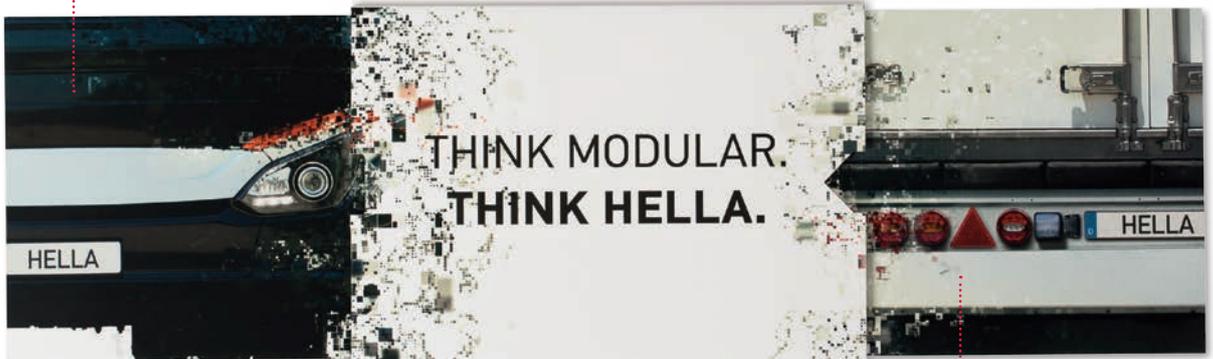
THE ENCLOSED VOUCHER ENABLES YOU TO VISIT THE TRADE FAIR FREE OF CHARGE.

Edler

beidseitige Folienkaschierung

Größer

Flügel zum Ausziehen



Auffälliger

zweiter Flügel zum Ausziehen

Ausziehmailing lotste die Empfänger auf eine ebenfalls personalisierte Landingpage. Dort wurde der qualifizierte Dialog fortgeführt.

GERN AUCH MIT EXTRAS

grunewald produzierte beide Mailings in höchster Qualität: Für besondere Stabilität sind der Deckel und die beiden Flügel aus doppeltem Karton. Die beiden ausziehbaren Flügel sind mit extragroßen

Laschen verankert. Und die beidseitige Folienkaschierung mutet besonders edel an. Für Phaserv personalisierte grunewald das Mailing mehrfach, gestaltete und programmierte die persönliche Landingpage mit individuellem Zugangscode nebst Double-opt-in-Verfahren – und übernahm den Versand in einer Panoramahülle sowie das Datenmanagement.



KEYFACTS

- Ziel: Kundenakquise
- Kunde: Phaserv GmbH & Co. KG
- Mailingproduktion: DIN A5-Ausziehmailing
- Adressen: 300
- Features: gedoppelter Deckel, beidseitige Folienkaschierung, links und rechts ausziehbar, mehrfach personalisiert, CrossMedia-Dialog, Zugangscode
- Konzept & Gestaltung: FIRST B2B Communications GmbH
- Produktion: grunewald

Individueller
mehrfach personalisiert



Reizvoller
Hinweis auf Kundenpräsenz



Kommunikativer
Einladung auf die persönliche Landingpage

Sicherer
mit individuellem Zugangscode



SPEZIALITÄTEN

Traditionell nimmt die K+S KALI GmbH an der jährlichen Konferenz der International Fertilizer Association (IFA) teil. Als Höhepunkt lädt sie Kunden zu einem Dinner ein – in diesem Jahr in Marrakesch.

250 Gäste wurden in diesem Jahr zu einem Dinner mit landestypischen Spezialitäten eingeladen. Eine echte Spezialität war schon die Einladungskarte.

BLICK AUF DEN GAUKLERPLATZ

Auf der Klappkarte im DIN lang-Format ist der Städtenamenname MARRAKECH ausgelasert. Das gibt partiell den Blick auf das Motivbild des Inlays frei – auf den sogenannten Platz der Gaukler im Zentrum Marrakeschs. Das weckt selbstverständlich die Neugier.

AUSSICHT AUF KULINARISCHE GENÜSSE

Die Klappkarte war Einladung und Eintrittskarte zugleich. Das Inlay diente als Antwortkarte. Um die Einladung anzunehmen, brauchten die Gäste lediglich Ihre Daten auf der Rückseite einzutragen und die Karte an K+S zurückzuschicken.

ES IST ANGERICHTET

grunewald druckte die Karte sowie das Inlay und laserte den Schriftzug heraus. Der Vorteil bei dieser digital gesteuerten Laserstanzung besteht darin, dass eine hochpräzise und absolut filigrane Kontur entsteht. Weil kein Stanzwerkzeug nötig ist, ist die Technik auch für kleine Auflagen ideal.



KEYFACTS

- Ziel: Einladung zum Dinner
- Kunde: K+S KALI GmbH
- Veredelung: digital gesteuerte Laserstanzung
- Auflage: 250
- Features: auch für kleine Auflagen ideal, filigranste Stanzungen möglich
- Konzept & Gestaltung: neue formen GmbH & Co. KG
- Produktion: grunewald

Spannend:
Was verbirgt sich
wohl hinter dem
gelaserten Schriftzug?



Beeindruckend:
Einladung nach MARRAKECH
in Text in Bild



ERSTKONTAKT

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Diese gewinnbringende Erkenntnis macht sich die TiSC AG zunutze – mit Visitenkarten, die auf Anieb gefallen.

TiSC AG – The iSolution Company betreut Premiumkunden. Und bei dieser exklusiven Klientel hinterlassen die neuen Visitenkarten den allerbesten ersten Eindruck – haptisch wie optisch.

WINKELZUG

Betrachtet man vom Firmennamen der TiSC AG lediglich den Oberstrich beim „T“ und das kleine „i“ mit Punkt, ergibt sich das Key-Visual des Unternehmens. Eben dieses ist auf der 925 g/m² starken Visitenkarte ganz dezent mittels Laserstanzung ausgespart. So gibt es den Blick auf das orangefarbene Inlay frei, das wiederum der Hausfarbe des IT-Anbieters entspricht.

LASERTECHNOLOGIE

grunewald produzierte die Karten mit drei übereinanderliegenden Schichten. Die beiden äußeren sind weiß und bedruckt, das Inlay ist orange. Die obere Schicht ist ausgelasert, was eine raffinierte Sicht auf das orangefarbene Inlay bietet.



KEYFACTS

- Ziel: Exklusiver erster Eindruck
- Material: dreischichtige Visitenkarten mit orangefarbenen Inlays
- Features: einschichtige Laserstanzung
- Auftraggeber: COMFOTEC Wolfgang Nies GmbH & Co. KG
- Produktion: grunewald



Draufsicht: Das Key-Visual erscheint im Orange des freigelegten Inlays

Seitenblick: Das Inlay trägt die Hausfarben der Unternehmen



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten

Michael Grunewald

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de

TÜRÖFFNER

Um zur OPEN HOUSE-Veranstaltung einzuladen, setzte FKS, der führende Anbieter für Maschinen zur Weiterverarbeitung im Digitaldruck, auf eine personalisierte CrossMedia-Kampagne.

Die Ing. Fritz Schroeder GmbH & Co. KG, kurz FKS, stellte beim OPEN HOUSE 2017 ausgewählte Produktionsmaschinen live vor. Rund 1 500 Kunden und Interessenten erhielten eine personalisierte Einladungskarte mit Hinweis auf eine individuelle Landingpage. Zum Abschluss der Kampagne bekam jeder Besucher eine Danke-Karte.



Einladend: personalisierte Karte mit digitaler Goldfolienkaschierung



Motivierend: personalisierte Ansprache mit Link zur individuellen Landingpage

OPEN THE DOOR

Die Einladungskarte steckt in einer transparenten Hülle, die den wertigen Inhalt schon erahnen lässt. Die personalisierte Karte mit Fensterfalz zeigt eine zweiflügelige Tür, die partiell mit Goldfolie kaschiert ist. Auf den ebenfalls personalisierten Innenseiten findet sich neben allen Veranstaltungsinformationen der farblich hervorgehobene Link zur individuellen Landingpage.

CHECK THE SITE

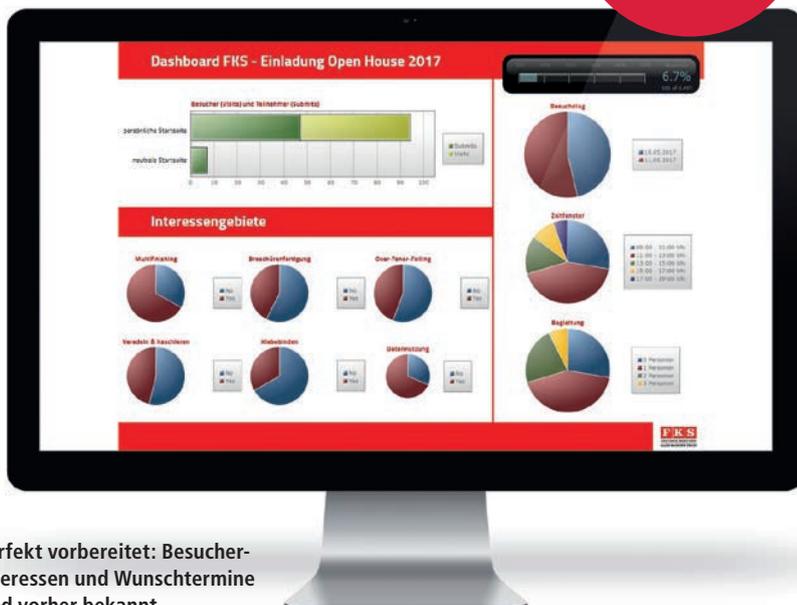
Auf der personalisierten Landingpage konnten die Besucher sich anmelden, bevorzugte Inter-

sengebiete übermitteln, direkt einen persönlichen Beratungstermin wählen – und ihre vorausgefüllten Daten verifizieren beziehungsweise korrigieren.

FEEL THE POWER

Auch für diese Kampagne legte grunewald wieder eine starke Leistung hin. Die Karte wurde veredelt, personalisiert, in Transparenthüllen kuvertiert, mit Adressaufklebern versehen und nach regionaler Selektion verschickt. Alle Besuche auf der Landingpage wurden dokumentiert und inklusive aller dort abgefragten Daten für FKS aufbereitet.

**6,7%
RESPONS**



Perfekt vorbereitet: Besucherinteressen und Wunschtermine sind vorher bekannt



KEYFACTS

- Ziel: Einladung zur OPEN HOUSE-Veranstaltung
- Kunde: Ing. Fritz Schroeder GmbH & Co. KG
- CrossMedia: Save The Date-Karte, Fensterfalz-Karte, transparente Hülle, Landingpage und Danke-Karte
- Respons: 6,7 %
- Features: mehrfach farbig personalisiert, partielle digitale Goldfolienkaschierung, regionale Adress-Selektion, detailliertes Datenmanagement
- Konzept & Gestaltung: zentral kommunikation werbeagentur GmbH
- Produktion: grunewald



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten

Michael Grunewald

0561 95183-11

m.grunewald@grunewaldkassel.de

KONTAKTBÖRSE

Zu zwei Messen auf einen Streich hat grunewald mit einer komplett personalisierten CrossMedia-Kampagne eingeladen. Und die erwünschten Kontakte stellten sich umgehend ein.



KEYFACTS

- Ziel: Messeeinladung
- CrossMedia: personalisiertes Kundenmagazin, individuelle Landingpage
- Adressen: mehr als 2 000
- Features: personalisiertes Messegeschenk, zwei Messeauftritte
- Realisierung: grunewald

Das personalisierte grunewald KUNDENMAGAZIN 01/2017 war das ideale Medium, um crossmedial zu den beiden Messeauftritten im Mai und Juni 2017 einzuladen. So generierte das Magazin ganz nebenbei einen erheblichen Mehrwert.

ENT ODER WEDER

Mehr als 2 000 Empfänger des grunewald Kundenmagazins sahen schon auf der Titelseite, dass Sie zur »Tage der Medienproduktion // PRINT digital CONVENTION« und zur Dialogmarketing-Messe »CO-REACH« eingeladen werden. Sie brauchten sich nur noch zu entscheiden, ob sie grunewald lieber am 18. und 19. Mai 2017 in Düsseldorf oder am 21. und 22. Juni 2017 in Nürnberg besuchen wollen.

HAUPTSACHE KOMMUNIKATIV

Das personalisierte grunewald KUNDENMAGAZIN sowie das zugehörige Anschreiben fungierten als Einladung. Sie leiteten auf die individuelle Landingpage weiter. Dort konnten sich die Besucher anmelden und ihr Geschenk personalisieren, das grunewald dann auf der Wunschmesse für sie bereithielt.

ALLES CHEFSACHE

grunewald realisierte die Kampagne selbstverständlich komplett in Eigenregie.



Besucher



Persönlich



Informieren



Personalisiert: Die Einladung flattert als 12-seitiges Kundenmagazin in Haus

BESUCHEN SIE UNS

»Tage der Medienproduktion«
»PRINT digital CONVENTION«
18. und 19. Mai 2017 // Düsseldorf
Im Ausstellungsbereich Marketing + Print



CO-REACH 2017

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

Hier wartet Ihr Geschenk
zum.ideenbüffet.de/
Max.Muster



Verlockend: persönliche Einladung, individuelle Landingpage und personalisiertes Messegeschenk



CO-REACH 2017 **Digitaldruck**



CO-REACH 2017 **Plakativ**



CO-REACH 2017 **Präsentieren**



Das wäre etwas für Sie?
Fragen Sie unseren Spezialistin
Andrea Franke
0561 95183-16
a.franke@grunewaldkassel.de

FOLGEERSCHENUNGEN

Nach der Messe geht's erst richtig los: REHAU, der Spezialist für Polymer-Lösungen, fasst individuell bei den Messebesuchern nach – per E-Mail, Briefpost und Paket.

Die qualifizierte Nachfassaktion basiert auf den Gesprächen, die REHAU auf der 4-tägigen Messe interzum 2017 geführt hat. Aus den gewonnenen Informationen wurden individuelle Infopakete geschnürt, die dann europaweit, in deutscher oder englischer Version, an die Interessenten verschickt wurden.



INFOS SAMMELN

Alle relevanten Informationen, die auf der Messe für Möbelfertigung und Innenausbau gewonnen wurden, dokumentierte REHAU unmittelbar per iPad und schickte sie ans Backoffice. Dort wurden sie verifiziert und aufbereitet sowie nach und nach als Excel-Dateien an grunewald übermittelt.



DATEN VERWALTEN

grunewald erledigte den obligatorischen Doublettenabgleich und generierte aus den Excel-Tabellen den Datenstamm für die Aussendungen. Er enthielt die Kontaktdaten der Kunden, Namen, Telefonnummer und E-Mail-Adresse des zuständigen Beraters sowie die gewünschten Informationen.



E-MAILS SENDEN

Jeder Besucher erhielt zunächst eine personalisierte E-Mail mit Bildern von der Messe, mit der sich REHAU deutsch- oder englischsprachig für den Besuch bedankte und ankündigte, dass das gewünschte Infomaterial zeitnah verschickt wird.



PAKETE SCHNÜREN

In der Folge bekam jeder Messebesucher sein gewünschtes Infopaket per Briefpost, individuell zusammengestellt aus den verfügbaren 13 Produktbroschüren und fünf Musterbüchern. In die Anschreiben druckte grunewald die personalisierte Ansprache und den Namen des zuständigen Beraters ein. Auch die Liste der beiliegenden Unterlagen wurde individuell eingedruckt. Anschreiben und Infomaterial gab es erneut in deutscher oder englischer Variante.



WELTWEIT LIEFERN

Die Sendungen gingen in 45 Länder weltweit. Um allen jeweiligen Bestimmungen von Post, Zoll und Behörden gerecht zu werden, erledigte grunewald sämtliche Formalien, legte – wenn nötig – die erforderlichen Zollpapiere und Formulare bei und wickelte den Versand ab. So gingen tausende Pakete auf Weltreise.



KEYFACTS

- Ziel: Messenachbereitung
- Kunde: REHAU AG + Co
- Fulfillment: E-Mails, Anschreiben, 18 Printprodukte
- Features: zweisprachig, 45 Länder, Just-in-time-Versand, stetige Dokumentation, Kostenkalkulation, Versandmanagement, Zollabwicklung
- Full Service: grunewald



Das wäre etwas für Sie?

Fragen Sie unseren Spezialisten

Andreas Nadler

0561 95183-28

a.nadler@grunewaldkassel.de