

Competence Study

DIALOG

COMMUNICATION

Handelsmarketing



Bei Audi A2 gibt es in den Farben Brillantschwarz, Brillantblau, Antrachit, Polarschwarz, Kobaltblau Metallic*, Delfinblau Metallic*, Islandgrün Metallic*, Kristallblau Metallic*, Lichtblau Metallic*, Elfenbein Metallic*, Elfenbein Perleffekt*, Aurubia Perleffekt*, Flammrot Perleffekt*, Asphaltpur Perleffekt*

Aufgabe:

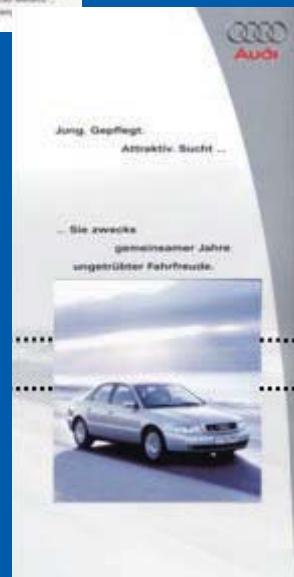
Entwicklung und Umsetzung von Endkundenmailings der AudiHändler. Zielgruppengerechte Ansprache mit unterschiedlichen Neuwagenmodellen sowie die generelle Vermarktung von Audi Gebrauchtwagen.

Lösung:

Verschiedene featureorientierte Mailings mit Anschreiben, Flyer und Antwortkarte: Die Audi-Klasse und ihr Image, Die Farbwelt von Audi, Audi-Innenausstattungen, Gebrauchte Audi, etc. Im Rahmen der Audi Tonalität wurden Bild Textkonzepte mit „Augenzwinkern“ entwickelt, die auf kleinem Raum viel Informationen transportieren.

Ergebnis:

Hohes Feedback mit bemerkenswerten Verkaufsergebnissen. Weiterführende Umsetzung einzelner Mailing-Ideen bei VKF Maßnahmen (Plakate, Banner, Deckenhänger etc.) und in Anzeigen.



Werkstattzeitung



Aufgabe:

Konzeption einer Bosch-Werkstattzeitung inkl. Namensfindung und inhaltlicher Ausgestaltung im Auftrag des Auto Business Verlags München.

Lösung:

In Größe, Aufmachung und Papier konzipierten wir ein Objekt, in der Anmutung einer Boulevard-Zeitung. Inhaltlich spannt sich der Bogen von werkstattspezifischen Themen über automobiler Randthemen bis zu unterhaltsamen Artikeln.

Ergebnis:

Bosch automotive erscheint zehnwöchentlich vier mal im Jahr mit großem Erfolg in Europa und Asien. Es wird in sechs Sprachen übersetzt und hat eine Gesamtauflage von über 100.000 Exemplaren (Tendenz steigend). Im Rahmen der Projektleitung verantworten wir den kompletten redaktionellen Inhalt in enger Zusammenarbeit mit den Fachspezialisten im Bosch Konzern. Wir steuern das Layout und leiten die Schlussredaktion in Abstimmung mit der Bosch Marketingabteilung.

Händlermagazin

Mitarbeitermagazin



Aufgabe:

Redaktionelle Betreuung von Teilbereichen des Sony Händlermagazins im Auftrag der EPS Werbeagentur Düsseldorf.

Lösung:

Artikelkreationen aus den Bereichen Marketing, Verkaufsförderung, Cross-Selling, inkl. Recherche, Text und Schlussredaktion.

Ergebnis:

Langjährige Akzeptanz im Handel mit teilweise beachtlichem Einzel-feedback.



Aufgabe:

Redaktionelle Betreuung von Lufthansa Magazinen und Newslettern, sowohl für den Mitarbeiter-, als auch für den Passagierbereich.

Lösung:

Artikelkreationen aus den Bereichen Luftfahrt, Reisen, Essen und Trinken. inkl. Recherche, Text und Schlussredaktion. Konzept, Gestaltung, Text und Layout des Lufthansa Specials: 100 Jahre Lufthansa.

Ergebnis:

Hohe Akzeptanz intern und extern.

Kundenmagazin



Aufgabe:

Konzeption des kiaro-Kundenmagazins inkl. Namensfindung und inhaltlicher Ausgestaltung im Auftrag des Auto Business Verlags München.

Lösung:

In Größe, Aufmachung und Papier konzipierten wir ein hochwertiges Magazin mit Kiosk-Charakter. Die Inhalte sind vorrangig lifestyleorientiert mit eher zurückhaltendem Fokus auf die kia Modelle. Das schafft Vertrauen und Akzeptanz, weg von den vielen eher verkaufsorientierten Magazinen der Mitantbieter.

Ergebnis:

kiaro erscheint 32-seitig vier mal im Jahr mit hohem Response. Wir verantworten und produzieren Teile des redaktionellen Inhalts in enger Zusammenarbeit mit der leitenden Fachredaktion im Auto Business Verlag.

Branchennewsletter



Aufgabe:

Konzeption des Castrol Newsletters mit inhaltlicher Ausgestaltung im Auftrag des Auto Business Verlags München.

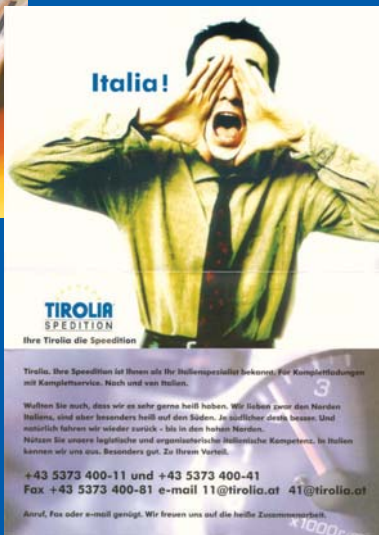
Lösung:

Wir konzipierten einen vierseitigen Newsletter im A3 Format. Die Inhalte sind vorrangig produktorientiert mit zusätzlichen Nutzenartikeln aus VKF, Recht und Marketing.

Ergebnis:

Der Castrol Newsletter erscheint vier mal im Jahr mit guter Resonanz bei der Zielgruppe Tankstellen und Werkstätten. Wir verantworten und produzieren Teile des redaktionellen Inhalts in enger Zusammenarbeit mit der leitenden Fachredaktion im Auto Business Verlag.

b2b-Mailings



Aufgabe:

Die Vermittlung von logistischer und organisatorischer Kompetenz in Sachen Transportgut im europäischen Raum.

Lösung:

Von uns entwickelte mehrstufige Mailings wurden punktgenau an Kunden der Tirolia Spedition verschickt. Per beigefügter Rückantwortkarte konnte auf die attraktiven Angebote schnellstens reagiert werden.

Ergebnis:

Ein erheblicher Auftragszuwachs sowie ein steigender Bekanntheitsgrad mit hoher Akzept für die Tiroler Spedition als Spezialist für Komplettlösungen mit Komplettservice.

Kundenzeitung



Aufgabe:

Entwicklung einer Kundenzeitung im Auftrag der Stadtwerke Rosenheim, inkl. Namensfindung, Layout und Wording.

Lösung:

Wir konzipierten eine achtseitige vierfarbige Zeitung im A3 Format. Die Inhalte sind vorrangig auf Informationen zu den Produkten und Dienstleistungen der Stadtwerke ausgerichtet. Stilistisch sind sie interessant aufbereitet und häufig im Reportagestil abgefasst. Realisiert und produziert wurde die viermal im Jahr erscheinende Zeitung in enger Zusammenarbeit mit der Marketingabteilung der Stadtwerke Rosenheim.

Ergebnis:

Dass das POWERbladl gut von den Kunden aufgenommen wurde, zeigt die hohe Resonanz seitens der Leser.

Werbezeitung



Aufgabe:

Entwicklung einer Werbebroschüre im Auftrag der Firma Meirandres Rosenheim, inkl. Namensfindung, Layout und Wording.

Lösung:

Wir kreierten eine vierseitige vierfarbige Werbebroschüre im A3 Format mit Zeitungsanmutung. Die Inhalte zielen vorrangig auf Informationen zu den Produkten und Dienstleistungen der Firma Meirandres.

Ergebnis:

Das anlässlich eines Tages der offenen Tür produzierte Blatt fand große Aufmerksamkeit und führte zu beachtlichem Mehrumsatz.

Händlernews



Aufgabe:

Konzeption eines Newsletters für die CreditPlus Bank, einem der größten deutschen Anbieter für Verbraucherkredite, inkl. inhaltlicher Ausgestaltung, Text und Layout im Auftrag des Auto Business Verlags München. Zielgruppe sind Händler aus den Branchen Möbel, Auto und Motorrad sowie Haushaltsartikel. Sie bieten Finanzierungen über die CreditPlus Bank an.

Lösung:

Wir realisierten das Objekt „Partner-Info“ im A3-Format. Inhaltlich spannt sich der Bogen von branchenspezifischen Themen über affine Randthemen bis zu unterhaltsamen Artikeln.

Ergebnis:

Die PartnerInfo erscheint vier mal im Jahr mit guter Resonanz bei den Händlern. Im Rahmen der Projektleitung verantworten wir den kompletten redaktionellen Inhalt in enger Zusammenarbeit mit der Marketing Abteilung der CreditPlus Bank. Wir steuern das Layout und leiten die Schlussredaktion.

Imagewerbung

GESUNDE GENÜSSE FÜR 2004!



STEIRISCHES BACHFORELLENFILET VON HARALD HERBST

ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN:
 8 Bachforellen
 Meersalz, Zitrone
 Brösel
 Sonnenblumenöl
 300 g Dinkelmehl
 1 Petersilienwurzel
 5 ml Olivenöl
 Wasser nach Bedarf
 Gelbe Rübe
 Karotte
 1 Dotter
 2 Eier

ZUBEREITUNG:
 Nudelteig verkneten und 1 Stunde rasten lassen, anschließend auswalzen, in 1 cm breite Nudeln schneiden und in Salzwasser mit Olivenöl kochen, abseihen und zu den Gemüsestreifen geben.

Bachforellenfilets aus der Steiermark entgräten, Zitronensaft darauf geben, salzen und in Brösel wenden und in Sonnenblumenöl braten.



ZUBEREITUNGSZEIT:
 ca. 2 Stunden

Ausgewogene Ernährung ist eine der Voraussetzungen für körperliches Wohlbefinden. Initiiert von Landesrat Mag. Wolfgang Ertlitz präsentiert Ihnen das Gesundheitsressort des Landes Steiermark gemeinsam mit steirischen Köchen genussvolle und gesunde Köstlichkeiten. Weitere Rezepte und andere wertvolle Informationen zum Thema Ernährung finden Sie unter www.gesundheit.steiermark.at

Auf den Dinkelnudeln anrichten, mit Kräuterbutter oder Petersilienpesto servieren.

Guten Appetit wünscht

Harald Herbst
 Ökonom – Cercle Chefs Graz
 Küchenchef von
 Hotel Frohleitnerhof
 und Theresienhof.



GESUNDE GENÜSSE FÜR 2004!



GEFÜLLTE BAUERNHENDLBRUST VON KARL PAPST

ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN:
 4 Stk. Bauernhendlbrust ausgelöst
 200g Putenbrustfleisch
 100 g Kräuter (Petersilie, Basilikum, Rosmarin, Thymian, etwas Minze)
 Salz, Pfeffer, Zitronensaft
 2 dl Obers
 1 EL Olivenöl
 4 dl Apfel-Balsamico
 2 EL Honig
 8 dl Geflügelfond
 1 EL Maizena

ZUBEREITUNG:
 Die Bauernhendlbrust der Länge nach aufschneiden und leicht plattieren. Das Putenbrustfleisch fein cuttern, die Kräuter fein hacken und unter die Fleischmasse ziehen. Mit eiskaltem Obers zu einer sämigen Masse aufschlagen. Mit Salz, Pfeffer und etwas Zitronensaft abschmecken. Die Hendlbrüste ebenfalls salzen, mit der Masse bestreichen und straff einrollen. Mit Spagat zusammenbinden. In Olivenöl langsam von allen Seiten bräunen und im 180°C heißen Backrohr ca. 25 Minuten fer-

Für die Sauce den Apfel-Balsamicoessig mit Honig etwas einkochen, mit Geflügelfond aufgießen und langsam auf die Hälfte reduzieren. Mit etwas Maizena abbinden.



ZUBEREITUNGSZEIT:
 ca. 40 Minuten

Ausgewogene Ernährung ist eine der Voraussetzungen für körperliches Wohlbefinden. Initiiert von Landesrat Mag. Wolfgang Ertlitz, präsentiert Ihnen das Gesundheitsressort des Landes Steiermark gemeinsam mit steirischen Köchen genussvolle und gesunde Köstlichkeiten. Weitere Rezepte und andere wertvolle Informationen zum Thema Ernährung finden Sie unter www.gesundheit.steiermark.at

Gutes Gelingen wünscht
Küchenmeister Karl Papst
 Landhaus-Keller



GESUNDE GENÜSSE FÜR 2004!



POLENTA MIT PANCETTA VON ENGELBERT TSCHECH

ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN:
 1/2 Zwiebel feingehackt
 40 g Pancetta (luftgetrockneter Bauchspeck) feingehackt
 2 zerdrückte Knoblauchzehen
 50 g Radicchio in feine Streifen schneiden
 Salz und Pfeffer aus der Mühle
 50 g frisch geriebener Parmesan
 100 g rotstieliger Mangold
 100 g Spinatblätter
 1 EL Petersilie gehackt
 2 TL Aceto Balsamico
 1/2 l Hühnersuppe
 120 g Polenta
 1 EL Olivenöl

Natürliche Lebensweise und eine gute Hausmannskost mit den Produkten der Jahreszeiten waren früher selbstverständlich und sollten es auch heute wieder sein. Diese Polenta kann mit einem Salat und einem frischen hausgemachten Weißbrot als Hauptgericht serviert werden.

ZUBEREITUNG:
 Das Öl in einer großen Pfanne bei kleiner Temperatur erhitzen. Zwiebel und Pancetta andünsten, bis die Zwiebelwürfel goldbraun sind. Knoblauch dazugeben und ebenfalls dünsten bis er weich ist, ohne ihn braun werden zu lassen. Das geschchnittene Gemüse beifügen und so lange dünsten, bis alle Flüssigkeit verdampft ist. Beiseite stellen und etwas abkühlen lassen. Die Hühner-

suppe in einem großen Topf zum Kochen bringen, nach und nach die Polenta zugeben, dabei kräftig umrühren. Bei mittlerer Hitze unter ständigem Rühren ca. 40 Min. kochen, bis sich die Polenta leicht vom Topfand löst. 2/3 der Gemüsemischung in die Polenta einrühren und mit Salz und Pfeffer würzen. In eine vorgewärmte Servierschüssel geben, mit der restlichen Gemüsemischung bestreuen, mit Parmesan und Petersilie und Balsamicoessig vollenden.

Im Friulanischen galt das richtige Polentakochen als Prüfstein für die Kochkunst einer Braut!

Buon appetito wünscht
Engelbert Tschech
 Ristorante Corti



ZUBEREITUNGSZEIT:
 ca. 30 Minuten

Ausgewogene Ernährung ist eine der Voraussetzungen für körperliches Wohlbefinden. Initiiert von Landesrat Mag. Wolfgang Ertlitz, präsentiert Ihnen das Gesundheitsressort des Landes Steiermark gemeinsam mit steirischen Köchen genussvolle und gesunde Köstlichkeiten. Weitere Rezepte und andere wertvolle Informationen zum Thema Ernährung finden Sie unter www.gesundheit.steiermark.at



Aufgabe

Konzeption und Realisation einer Anzeigen- und Hörfunk Kampagne in ausgewählten steirischen Medien zur Information, Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung der steirischen Bevölkerung im Themenbereich gesunde Ernährung.

Lösung:

Projekt „Gesunde Genüsse 2004“ in Form von Anzeigen mit Kochrezepten, Berichterstattung und Spots im Hörfunk. Dafür wurden steirische Spitzenköche wie Karl-Heinz Pabst, Engelbert Tschech und Harald Herbst als Repräsentanten gewählt.

Ergebnis:

Die Kampagne erhielt zahlreiche Rückmeldungen bei den Medien und gesteigerte Zugriffe auf die Website des Landes Steiermark.

Imagewerbung

Aufgabe:

Kommunikations-Offensive ländlicher Raum für das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Wohnbau des Landes Rheinland-Pfalz.

Lösung:

Entwicklung eines Aktivitätenkatalogs mit dem das Image des ländlichen Raums projektbezogen aufgebessert werden sollte. Dafür wurden ein Logo, Claim, Plakate, Anzeigen und eine Themenzeitschrift konzipiert und umgesetzt.

Ergebnis:

Nachweisliche Steigerung des Images im Landbereich durch die Umsetzung einer Kampagne, die durch die Ambivalenz zwischen besetzten Begriffen wie „Landjugend“ oder „Landfrau“ und modernen Abbildungen lebte.

