

[machen = ausdrücken]

**Einen guten Ruf kann
man nicht kaufen!**

**Richtig.
Aber zum Ausdruck bringen,
wer man ist – daran kann
man arbeiten.**

„Ich bin schon ziemlich cool ...

... lässig – aber nicht kaltherzig. Ich will geliebt werden. Was für Erwachsene sein. Gut aussehen – klar, wer will das nicht. Nicht zu teuer, aber natürlich auch nicht zu billig. Wer mich sieht, soll mich erkennen. Ich bin anders. Eine eigene Ausstrahlung eben. Und immer ich selbst – egal was ist. Auch unra-
siert. Vollkommen ich. Kriegst du das hin?“

Gedanken einer Marke

*„... Die Entwicklung einer unverwechselbaren Identität ist für uns die Königsdis-
ziplin – von der Logo-Entwicklung über Broschüren bis hin zu Webpräsenz ...“
[... sagen wir bei assenmacher]*



Logos
Claims
Corporate Design
Corporate Identity
Branding



Kludi Smart Luxury

Starke Marke sucht starken Auftritt

Strategisches Ziel des traditionsreichen Armaturenherstellers war die Positionierung seiner Produkte im Smart-Luxury-Segment. Charakteristische Farben, Typografie und individuelle Gestaltungselemente verschaffen der neuen Fashionmarke eine einprägsame visuelle Präsenz.

KLUDI

Neuer Komfort für Ihre *Küche*

Die große KLUDI Gratis-Montage-Aktion vom 07.02. bis 30.04.

● KLUDI ●



Erfrischend anders: Der Auftritt im neu entwickelten CD unterstreicht die hohe Wertigkeit der Produkte und hebt den Hersteller aus seinem Wettbewerbsumfeld heraus.



Überzeugendes Zeugnis



*33 Fußballfelder = 230.000 qm bedrucktes Papier =
1,5 Millionen Broschüren!*

2007: über 16 unterschiedliche Broschüren mit jeweils 3 bis 13 Ländervarianten, 28 Verkaufsförderungsaktionen, 10 unterschiedliche Produkt-Displays, erfolgreiche Messeauftritte auf den drei Kernmessen in Frankfurt, Moskau und Shanghai sowie auf Hausmessen



Eine neue externe Kommunikation kann ihre volle Wirkung nur entfalten, wenn sie auch intern überzeugend kommuniziert wird. Um die Mitarbeiter als Multiplikatoren ins Boot zu holen, legt KLUDI mit dieser Zeitung im neuen CD „Zeugnis“ ab: Alle Schritte der neuen Positionierung werden anschaulich dokumentiert, Geschäftsführer und Marketingleiterin bekennen sich im Interview zu den Veränderungen.

Lohnende Partnerschaft

KLUDI

2 x 6 gute GRÜNDE
für mehr Umsatz.

KLUDI GmbH & Co. KG
Postfach 25 00 · 58555 Menden
Am Niegengang 21-23 · 58706 Menden
Deutschland

Tel.: + 49 (0)2373 904-0
Fax: + 49 (0)2373 904-465
info@kludi.de · www.kludi.com

KLUDI

Die Gewinnung neuer Vertriebspartner aus dem gehobenen Küchenfachhandel hat für die neue Positionierung des Unternehmens im Luxussegment hohe Priorität ...

6 x voller Einsatz für Sie als *Partner*.

- KLUDI STEEL**
 - Flexible Armatur aus hochwertigem Edelstahl
 - Zeitloses Design, hohe Funktionalität
 - Schwenkbarer Körper mit ausziehbarer Geschirbrause
 - 360° Schwenkbarkeit bei den Modellen Steel 100 und 300
- JOOP!**
 - Strahlkraft der bekannten Marke Joop!
 - Ideal für Hobbyköche und Kochprofis
 - Handgefertigte Griffringe aus Glas und Chrom für die persönliche Farbnote
 - Funktionalität, Luxus, ein Hauch Extravaganz
- KLUDI ZIP**
 - Architektonisches, primiertes Design
 - Als Zweigriffarmatur oder Einhandmischer verfügbar
 - Auch in der Farbgebung sehr wandlungsfähig
 - Bringt zeitlosen Stil in jede Küche
- KLUDI AMPHORA**
 - Sanft fließende Formen, ausgeprägte Qualität
 - Innovative Armaturentechnik
 - Mit handlicher Geschirbrause oder schwenkbarem Auslauf
 - Praktisch und mit mediterranem Flair
 - Angenehm griffig durch die zahlreichen Rundungen
- KLUDI NEW WAVES**
 - Puristisches Design voller technischer Innovationen
 - Monogriff: Perfektes Zusammenspiel von Design und Technik
 - Wasser genial einfach abstellen durch Swing & Stopp
 - Einhandmischer, der in die Zukunft weist
- KLUDI ADLON**
 - Hochwertiger Klassiker jenseits aller Trends
 - Ausgesuchte Materialien, 6-Kant-Facetten-Schliff
 - Stillechte Porzellanintarsien
 - Modernste Technik und Funktionalität

- Die Marke KLUDI steht für exklusive und innovative Produkte, die nach ökologischen Grundsätzen hergestellt werden. Als Exklusivpartner erhalten Sie unsere Highlight-Produkte exklusiv für Ihr Küchenstudio und werden direkt über unsere Neu- und Weiterentwicklungen informiert.
- KLUDI-Produkte haben ein Erfolg versprechendes Preis-Leistungs-Niveau. Unser selektiver Vertrieb eröffnet Ihnen optimale Geschäftsaussichten. KLUDI-Armaturen erzielen auf einer Fläche von nur 5 cm² eine optimale Rendite.
- Als KLUDI-Partner profitieren Sie vom Aktivprogramm, das z. B. besondere Konditionen, Ausstellungen, Unterstützung bei allen POS-Maßnahmen, attraktive Aktionen und eine direkte Kommunikation mit Ihren Kunden umfasst, die auf Ihr Küchenstudio hinweist.
- Sie können alle KLUDI-Armaturen direkt bei uns bestellen und direkt liefern lassen. Die Fakturierung erfolgt über den von Ihnen gewünschten Großhandel.
- Know-how aus erster Hand, also direkt vom Hersteller, liefert Ihr persönlicher Ansprechpartner bei KLUDI. Er sorgt auch für eine schnelle und direkte Abwicklung bei Reklamationen und Sonderwünschen.
- Das Familienunternehmen KLUDI bringt 80 Jahre Erfahrung, Qualität Made in Germany und europaweiten Erfolg mit. All dies geben Ihre persönlichen KLUDI-Betreuer gerne an Sie weiter.

Ihren persönlichen Ansprechpartner erreichen Sie unter:
Tel.: + 49 (0)2373 904-402 · Fax: + 49 (0)2373 904-569

... und wird durch eine Marketingoffensive gezielt gefördert. Umfangreiche Vertriebsunterstützung durch KLUDI hilft Hersteller und Verkäufern neue Umsatzziele zu erreichen.



Kulinarische Verführung

Das wird Ihnen *schmecken:*



Wir wollen Sie **VERWÖHNEN:**
Mit den **besten Köchen** Ihrer Region.

Skip Intro >

• KLUDI •

Das wird Ihnen *schmecken:*



Schmecken Sie mit KLUDI
Austauschmöglichkeiten in
Ihrer Region.

Starten Sie in Ruhe unsere
Serviceleistungen
oder kontaktieren Sie direkt
über die Verfügbarkeit der
KLUDI #Schmecken.

Skip Intro >

• KLUDI •

• KLUDI •

NICOLE KRAUSE
Schloß am See

Das renommierte Restaurant **Schloß am See** verfügt im Stadt
Mittelpunkt über hervorragende Köche. In der neuen Ausgabe des
renommierten **Schloß am See** wird das Restaurant in der Umgebung
von 11 auf 12 mit insgesamt 20 möglichen Funktionen und Ausstattung
erweitert. Wie wäre es mit Ihnen?

Hier werden Sie ein angenehmes Ambiente, um mit Familie, Freunden oder
Geschäftspartnern zu sein, genießen Sie den Abend. Wir haben für Sie
die Zeit an mit einem angenehmen Erlebnis für alle Sinne.
Mit Kludi steht auf den
Bein Kludi stehen.

www.kludi.de



• KLUDI •

Um die Exklusivität der Marke durch gezielten Imagetransfer weiter zu stärken, werden potenzielle Vertriebspartner eingeladen, sich von Spitzenköchen der Region verwöhnen zu lassen. Kommuniziert wird dieses Angebot durch eine eigens entwickelte Micro-Website im neuen Corporate Design.

Packende Vorstellung



Kartonagen spielen eine zentrale Rolle für den Erfolg eines Produkts im Handel. Die neuen, CD-konformen Verpackungen für KLUDI-Armaturen sind in der Branche einzigartig und unterstreichen den hohen Designanspruch der Marke.

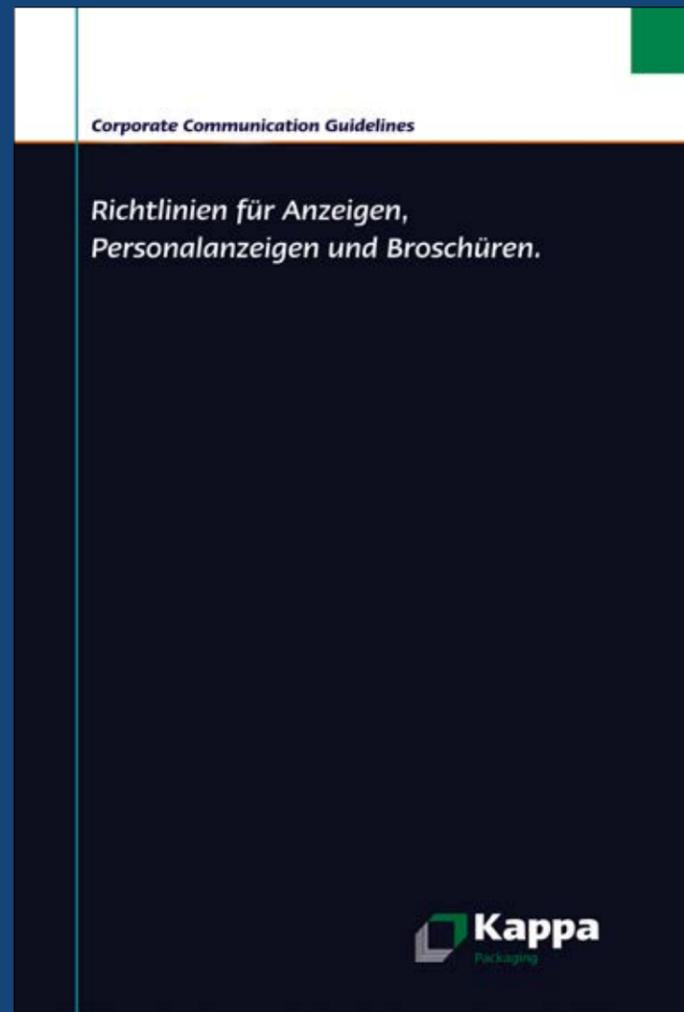
Wie man ein Sammelsurium gekonnt sortiert...

Wer durch die Übernahme
von 130 kleineren Mitbewerbern
zum Marktführer aufsteigt,
hat damit noch kein effizientes
Unternehmen geschaffen.
Dazu braucht es eine
konzernübergreifende
Corporate Identity,
die die neue Stärke
intern und extern
positiv kommuniziert.



KAPPA PACKAGING

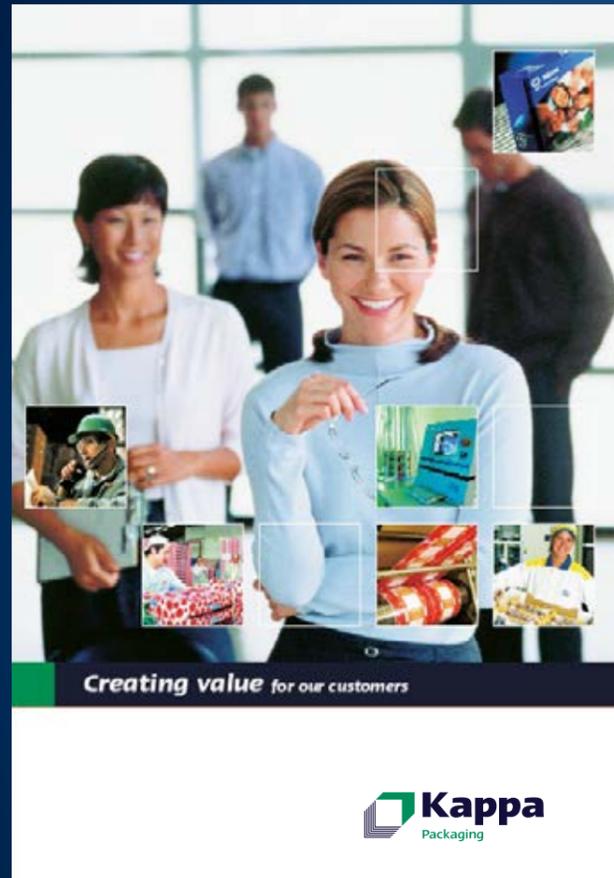
Selbstbewusste Standortbestimmung



Den Konzern stärken und Synergien nutzen ohne die Eigenständigkeit der einzelnen Standorte mehr als nötig einzuschränken: Das neue CD schafft die Quadratur des Kreises.

Kultur, Wertvorstellungen, Marktcompetenz und Ziele des Unternehmens werden durch das neue CD visualisiert. Die Mitarbeiter werden motiviert, das Image in der Öffentlichkeit aufgewertet. Illustrierte Guidelines machen die Marketingabteilungen in den einzelnen Werken mit allen Neuerungen vertraut.

Interne Kampagne



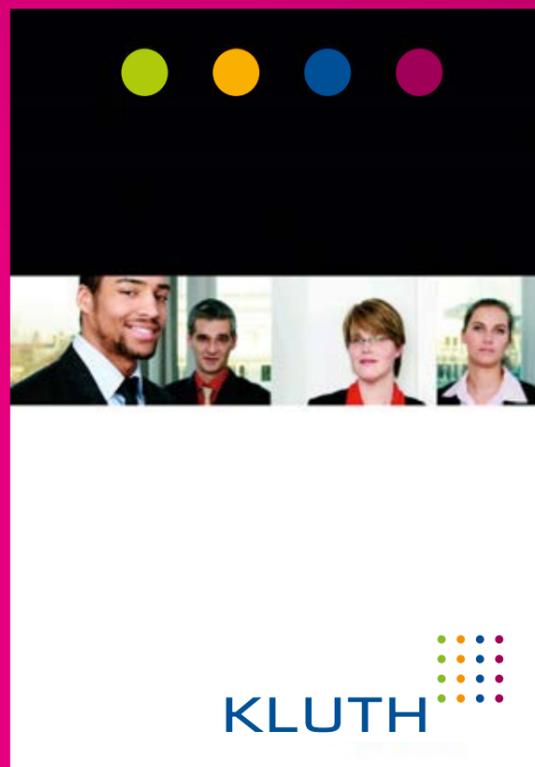
Diese Broschüre wird an den zahlreichen Standorten des Unternehmens an die Mitarbeiter verteilt. Die Informationskampagne mobilisiert das Interesse am neuen Auftritt des Konzerns, rückt dabei den Mitarbeiter und die Serviceorientierung des Unternehmens in den Mittelpunkt und dient zugleich als anschauliches Beispiel für die CD-Vorgaben.

Multimediale Kompetenz



Nach der Übernahme eines großen Mitbewerbers präsentiert sich Kappa Packaging als neuer europäischer Marktführer auf der Interpack – selbstbewusst im neuen Corporate Design. An sechs aufmerksamkeitsstarken Countern kann das Messteam auf Touchscreens Filme und Animationen abrufen, die den Fachbesuchern spezialisierte Produkte leicht verständlich vermitteln. Flankierend sind die Themenschwerpunkte in sechs Broschüren aufbereitet.

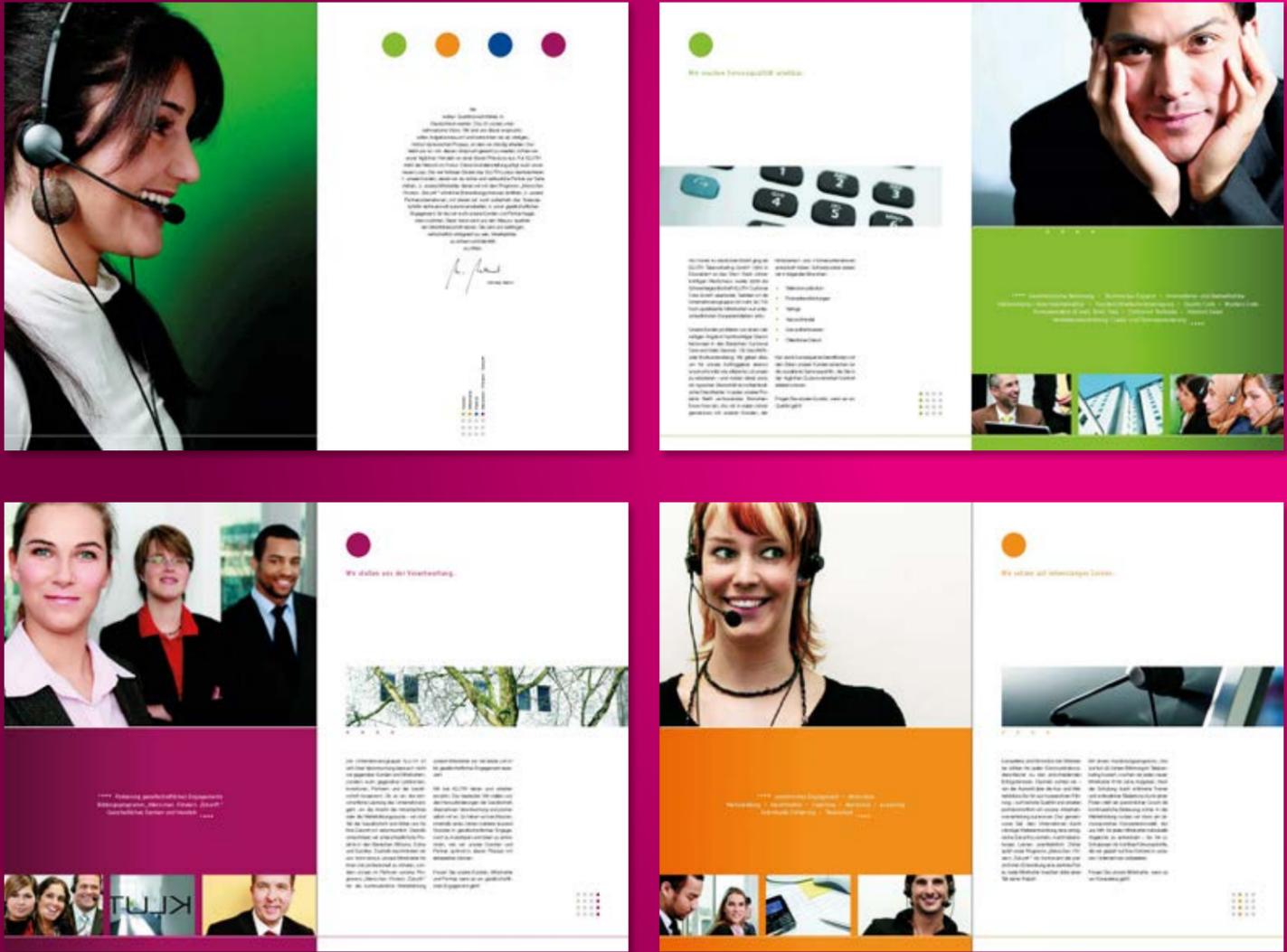
Wie aus einem Unternehmen ein Unternehmen mit Gesicht wird



Um sich als junges Unternehmen gegen eine große Zahl etablierter Wettbewerber durchsetzen zu können, braucht es neben der richtigen Konzeption auch eine Corporate Identity, die sich deutlich vom Branchenüblichen abhebt und dabei die eigenen Stärken betont. Deshalb wurde für Kluth ein visueller Auftritt entwickelt, der sich schon durch die Wahl moderner Farben von der eher altbackenen Selbstdarstellung der Konkurrenten unterscheidet. Die Hauptrolle aber spielen die Mitarbeiter ...

Bei Kluth Telemarketing wird der Kunde am Telefon nicht von anonymen Stimmen abgefertigt, sondern von Individuen bedient, die ein menschliches Gesicht haben. Um diese von Kluth als Alleinstellungsmerkmal betrachtete Tatsache zu betonen, werden einzelne Mitarbeiter in den Blickpunkt gerückt. Eine besondere Rolle spielen die farbigen Punkte im Logo: Sie stehen für die Vielfalt und Flexibilität des Unternehmens, finden sich beim Messeauftritt wieder und dienen auch zur Gliederung von Kapiteln in der Imagebroschüre.

Weil die Mitarbeiter den Unterschied machen:
Bei Kluth Telemarketing steht die Vielfalt
der Persönlichkeiten im Blickpunkt.



Auch der kompakte Messeauftritt wird von Mitarbeiterporträts geprägt.
Die farbigen Punkte aus dem Logo setzen einprägsame Signale.

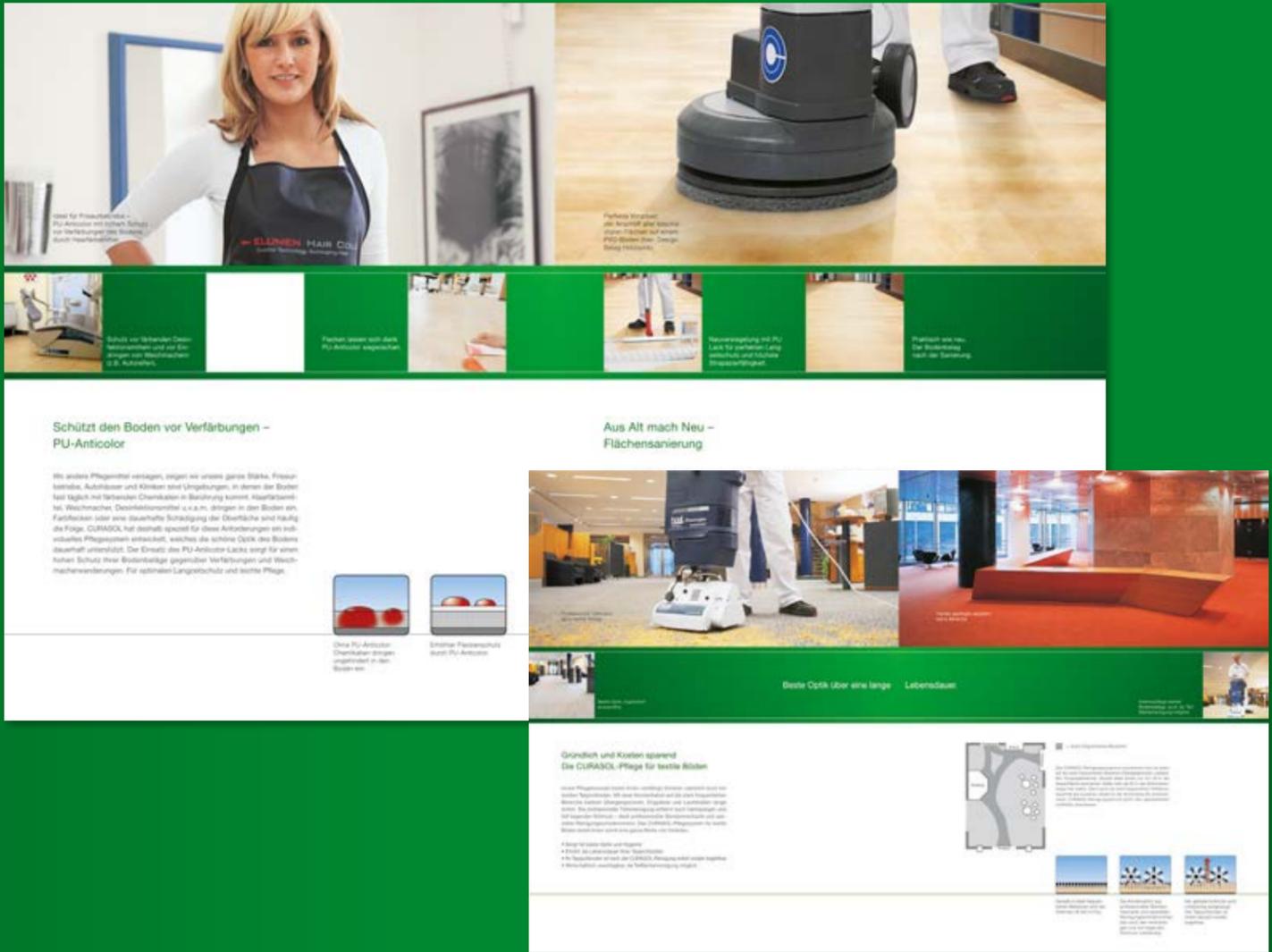
Wie man mit einer sauberen Idee glänzende Geschäfte macht



Ein Startup, ausgegründet aus einem bestehenden Unternehmen, will sich mit Dienstleistungen rund um die Reinigung und Pflege von Gebäuden einen Namen machen. Der Auftritt wird geprägt von einem modern und seriös wirkenden Logo, das an einen Wasserstrudel erinnert. Grün als Corporate Colour weckt Assoziationen an Sauberkeit und Umweltverträglichkeit.




CURASOL



Mit Sympathie auf Erfolgskurs

Der sympathische Komplettanbieter: Reinigung und Pflege mit Langzeitschutz und OnTop-Garantie. Emotionalität, Farbe und klare Struktur als Erfolgsfaktoren: Der neue Auftritt verschafft dem neuen Unternehmen ein Image von Natürlichkeit und Frische, das spontan Sympathien weckt.

