



prdienst.de® ist seit 1998 als ebenso leistungsstarke wie ideenreiche Agentur bekannt. Das zehnköpfige Team bietet über das vollständige Leistungsspektrum einer klassischen PR-Agentur hinaus weit reichende Kenntnisse und Erfahrungen auf dem Feld der Online-PR und PR.2.0

Eine erklärungsbedürftige Technikneuheit sucht ihre Märkte: Wie wir eine revolutionäre Luftfilter-technologie kommunizieren

Was plasmaNorm kann, kann sonst niemand. Aber wie interessiert man unterschiedlichste Zielgruppen für eine neue Technologie, die mit offenem normaldruck-Plasma arbeitet? Und wie kann man diese verständlich beschreiben? Das Beispiel airtec zeigt, wie vertriebsorientierte Kommunikation für ein überschaubares Budget funktioniert.

Das Unternehmen

Unternehmer Manfred H. Langner hat die Luftfiltertechnologie plasmaNorm entwickelt und patentiert. Seine neue Technologie ist ideal für den Einsatz in der Gastronomie und im Bereich Healthcare: Hat die Luft den Filter durchströmt, ist sie keim- und geruchsfrei, ein Austausch teurer Wechselfilter entfällt. Langners Unternehmen, die airtec consult GmbH (inzwischen airtec competence GmbH) mit Sitz in Norddeutschland, verfügt über eine kleine Fertigungshalle für Prototypen sowie individuelle Komponenten und Filter. Zu Beginn unserer Zusammenarbeit 2004 sind noch keine festen Vertriebspartner vorhanden, die Kommunikation ist – wie das meiste andere auch – Chefsache.

Die kommunikative Aufgabenstellung

plasmaNorm ist einzigartig leistungsfähig, neu und unbekannt. Die Funktionsweise der Technologie erschließt sich erst nach Erklärung. In dieser Situation wendet sich der Unternehmer Manfred H. Langner an prdienst.de: Er benötigt Kunden für die Produkte und Anlagen, die in Eigenfertigung entstehen. Zudem möchte er auf Vertriebspartner zugehen, die den Verkauf großer Stückzahlen von Serienprodukten realisieren können. Da das Unternehmen am Anfang steht, ist das Budget knapp bemessen.

Der Lösungsansatz

Wir legen das Augenmerk auf den Produktnutzen und stellen diesen für die jeweiligen Zielmärkte dar. Zunächst professionalisieren wir den Internetauftritt mit optimierten Texten und entwickeln das benötigte Vertriebsmaterial. Um die Kosten für Grafik dauerhaft gering zu halten, stellen wir airtec ein Basislayout zur Verfügung. Damit kann das Unternehmen technische Produkttexte und Datenblätter selbst erstellen, ändern und ausdrucken. Wir starten mit strategischer Pressearbeit: Um das Budget in Grenzen zu halten, steuern wir die Pressearbeit zeitlich versetzt nach Zielgruppen geclustert.



MITGLIED IM
B V D W
Bundesverband Digital Wirtschaft

DEUTSCHER
JOURNALISTEN-
VERBAND

DPRG
DEUTSCHE PUBLIC RELATIONS GESELLSCHAFT E.V.

Case Study airtec competence

Die Umsetzung

Für die Pressearbeit schaffen wir Grundlagen mit einer Basispressemittteilung und professionell fotografiertem Bildmaterial, das die unterschiedlichen Anwendungsbereiche zeigt. Wir erarbeiten eine Kurzbeschreibung der Technologie und erstellen eine technische Explosionszeichnung zur Illustration: Im Mittelpunkt steht stets der Nutzen im Vergleich zu bestehenden Lösungen. Eine umfangreiche Beschreibung der Anwendungsmöglichkeiten mit praktischen Beispielen rundet das Material zunächst ab.

Auf Basis der vorhandenen grafischen Elemente auf der bestehenden Website entwickeln wir eine professionalisierte Version für Briefpapier, eine Mappe, Visitenkarten und ein Layout für Datenblätter. Wir schreiben technische Texte, die sich an Ingenieure wenden, sowie allgemein verständliche Webseitentexte und Produktbeschreibungen. Als Zielmärkte identifizieren wir gemeinsam Gastronomie und Hotellerie, Healthcare, Haustechnik sowie in populärwissenschaftlicher Hinsicht die allgemeine Öffentlichkeit. Wir erstellen geclusterte Presseverteiler und passen die Pressemitteilung auf die jeweiligen Medien und Inhalte an.

Mit einer von uns kostengünstig produzierten Pressemappe verschickt airtec nun sowohl Unterlagen für Redaktionen wie auch die neu erstellten Vertriebsunterlagen. Diese kann airtec nun je Partner im professionellen Look inhouse individuell zusammenstellen. Druckkosten fallen nur für die Mappe an.

Wir starten unsere Presseaktionen jeweils mit Redaktionstelefonaten: Die wichtigsten Medien telefonieren wir vorab an und beschreiben Nutzen, Funktionsweise und Vorteile der Technologie. Diese Taktik ist in den Gastronوميemedien sehr erfolgreich. Um das Produkt in diesem Zielmarkt zu penetrieren, schalten wir bei einem wichtigen Verlag eine Serie von Advertorials für die drei relevantesten Branchenmedien: Die kurzen Textanzeigen mit Foto und Kontaktdaten können wir zu überschaubaren Kosten buchen; durch die Anzeigen entstehen immer wieder neue Geschäftskontakte.

Gemeinsam mit dem an der plasmaNorm-Entwicklung beteiligten Institut betreiben wir Pressearbeit in wissenschaftlichen Kanälen; in einem medizinischen Magazin platzieren wir einen mehrseitigen Fachartikel. Das Thema Nichtrauchererschutz begleiten wir solange, bis das Rauchverbot bundesweit greift. Eine Kundenreferenz – den Einbau eines plasmaNorm-Filters in der Backstube einer Subway-Filiale – lancieren wir als Reportage im Kundenmagazin des lokalen Energieversorgers. Nach einiger Zeit konzentrieren wir die Pressearbeit aus Budgetüberlegungen voll auf die Gastronomie.



Stringente Aussagen für internationale Partner

Sobald airtec neue Vertriebspartner gefunden hat, unterstützt prdienst.de diese mit Produktbeschreibungen, den Produkt-Kernbotschaften und Bildmaterial. Für Kunden in den USA, Dubai und einen neuen Vertriebspartner in England lassen wir alle wesentlichen Texte ins Englische übertragen und sorgen beim Übersetzer für das nötige Detailverständnis der hochspeziellen technischen Abläufe.

Airtec stellt die Technologie plasmaNorm regelmäßig mit Vertriebspartnern auf Messen vor. Prdienst.de übernimmt hierfür begleitende Pressearbeit. 2008 wird plasmaNorm gemeinsam mit einem Vertriebspartner mit dem „Top Hotel Star Award - Innovationspreis in Gold“ ausgezeichnet. Prdienst.de stimmt die Pressearbeit hierzu mit dem Partnerunternehmen ab, schreibt den gemeinsamen Text und steuert die Aktion. Bei den jahrelang aufgebauten zahlreichen Journalistenkontakten kommt die Information gut an und sie sind gern bereit, zukünftig über Referenzprojekte zu berichten.

Nach einigen wirtschaftlichen Erfolgen entwickeln, texten und erstellen wir für airtec eine hochwertige Vertriebsbroschüre mit einer ansprechenden Mappe. Für die nötige Langlebigkeit bei den sich öfter erweiternden Referenzkunden erstellen wir ein auswechselbares Einlegeblatt. Die Texte finden mehrfach Verwendung – zum Beispiel auch auf der wachsenden plasmaNorm-Website.

Corporate Design-Entwicklung step by step

Im Laufe der Zeit haben wir die Gestaltung schrittweise weiterentwickelt: Das Unternehmenslogo und die Gestaltungselemente überarbeitet; Geschäftsausstattung, Flaggen, Skizzenblöcke und Aufkleber gedruckt und sowohl Umfirmierung als auch Umzug begleitet. Längst hat sich eine vertrauensvolle Zusammenarbeit entwickelt. Prdienst.de ist nicht mehr nur verlängerter Kommunikationsarm, sondern zugleich Ansprech- und Sparringspartner geworden um Ideen, Entwicklungen und neue Strategien zu diskutieren. Aktuell vermitteln wir für airtec TV-Reportagen und in der Pressearbeit erstellen wir Berichte über Referenzprojekte, die bei namhaften Markenunternehmen umgesetzt wurden.

Das Resultat

Über vier Jahre haben wir airtec ein unverwechselbares Gesicht gegeben. PlasmaNorm ist im wichtigsten Zielmarkt bekannt, die Beschreibungen der Technologie treffend und durchweg stringent. Sieben Vertriebspartner vertreten plasmaNorm international; die Luftfilter sind inzwischen in Haushalten, Industrieanlagen und Gastronomiebetrieben weltweit im Einsatz: in Asien, Australien, Europa sowie in den USA.



MITGLIED IM
B V D W
BUNDESVERBAND DIGITALE WIRTSCHAFT

DEUTSCHER
JOURNALISTEN-
VERBAND

DPRG
DEUTSCHE PUBLIC RELATIONS GESELLSCHAFT E.V.

Case Study airtec competence

Für alle Produkte und technischen Abläufe kann airtec mehrsprachig auf professionelle Texte und PR-Fotos zurückgreifen. Die konsequente Schaltung günstiger Advertorials hat viele Neukontakte erzeugt. Die Reichweite der Veröffentlichungen beträgt insgesamt über 1,2 Millionen.

Fazit: 1. Auch mit einem geringen Budget können wir einem Unternehmen ein unverwechselbares Gesicht geben. Professionelles Vertriebsmaterial kommt ohne aufwendig gedruckte Hochglanzbroschüren aus. Einen gelungenen Unternehmensauftritt stellen wir kostenoptimal mit professionellen Layouts und guten Texten her.

2. Ein erklärungsbedürftiges Produkt lässt sich gut mit Pressearbeit bekannt machen. Mit Texten, die den Produktnutzen in den Mittelpunkt stellen sowie optimalen PR-Fotos haben wir Fachjournalisten für ein sehr technisches Thema begeistert. Für unterschiedliche Zielgruppen bleibt die Anpassung der Materialien dabei im überschaubaren Kostenrahmen.

Gerne stellen wir uns neuen Herausforderungen und freuen uns, auch für Ihr Unternehmen erfolgreich zu arbeiten. Kontaktieren Sie uns unter Freecall 0800 PRDIENST oder kontakt@prdienst.de

Weitere Case Studies finden Sie unter www.prdienst.de/case-studies/