

Wer nanowaxt, kommt schneller weg

M.L.&S. realisiert Produkt-Launch eines revolutionären Skiwachses



Dass die Nanotechnologie eine der Schlüsseltechnologien des 21. Jahrhunderts ist, hat sich mittlerweile herumgesprochen. Aber nur wenige Produkte für Endverbraucher basieren heute schon auf Nanotechnologie und noch weniger Firmen beschäftigen sich konkret mit dieser komplexen Technologie, speziell im deutschen Markt.

Eine dieser wenigen Firmen ist die Nanogate Coating Systems GmbH, Wiesbaden, ein Unternehmen der Nanogate-Gruppe, die weltweit Endanwenderprodukte zur Oberflächenbeschichtung und -veredelung auf Basis der chemischen Nanotechnologie vermarktet.

Zu den Endanwenderprodukten gehört ein völlig neuartiges Skiwachs.

„Wir haben das Produkt Cerax Nanowax genannt, um schon im Produktnamen einen Bezug zur angewandten Technologie herzustellen. Cerax steht dabei für unser Sport- und Freizeitsegment und Nanowax für das nanotechnologiebasierte Skiwachs“, so Dr. Dieter Möller, Product Manager Cerax.

Aufgrund der Nanotechnologie stellt Cerax Nanowax alle am Markt befindlichen Skiwachse in den Schatten.

Peter Gross, Geschäftsführer Nanogate Coating Systems: *„Cerax Nanowax gleitet besser und hält länger. Es ist einfacher, sauberer und schneller aufzutragen und kostet dabei auch noch deutlich weniger als vergleichbare Produkte.“*

Nicht umsonst wurde Nanogate Coating Systems von Sports e. V. der Innovationspreis für das Zukunftsprodukt 2001/2002 verliehen.

Wie aber launcht ein junges Unternehmen mit entsprechend überschaubarem Budget ein solches Produkt in einem Markt, der gekennzeichnet ist durch hervorragend fotografierte Fotoreportagen aus allen Skigebieten der Welt und durch ebenso hervorragend fotografierte Anzeigenkampagnen der großen Ski- und Snowboardhersteller?

Die beauftragte Düsseldorfer Kreativagentur M.L.&S. kam schnell zu der Entscheidung, die üblichen schönen, aber eben auch sehr bekannten Bilderwelten rasanter Skiabfahrten oder dynamischer Ski- und Snowboard Close-Ups zu verlassen, denn ein so andersartiges Produkt braucht auch eine andersartige Werbung.

Folgende Kriterien musste das zu wählende Leitmotiv zusätzlich erfüllen:

- sehr hoher Impact aufgrund des hochwertigen redaktionellen Umfelds
- internationale Einsetzbarkeit



Um den Bezug zur Wintersaison nicht zu verlieren, wurde zunächst ein Key-Visual gewählt, das jeder sofort mit der kalten Jahreszeit in Verbindung bringt: der Wolf.

Den wichtigen Bezug zum Produkt stellte die Agentur über die Headline her, die auf humorvolle Art und Weise den primären Produktnutzen mit dem Key-Visual verbindet:

***Wer nanowaxt,
kommt schneller weg.***

Integrierte Kommunikation: Von der Printkampagne bis zum Thekendisplay

Für den Produkt-Launch zur Wintersaison 2001/2002 wurde ein umfangreiches Maßnahmenpaket geschnürt. Mittelpunkt des Pakets ist eine Anzeigenkampagne in den wichtigen Skifachmagazinen Deutschlands, Österreichs und der Schweiz. Diese wird begleitet durch zahlreiche Maßnahmen am POS, vom Thekendisplay über Poster, Regal-Wobbler und Wechselgeldteller bis hin zum Banner für Skiveranstaltungen sowie Online-Medien. Auch die Strichumsetzung für kleinste Siebdruckanwendungen auf Giveaways wie Kugelschreiber oder Post-Its wurde von Anfang an mit berücksichtigt und umgesetzt.

Das Key-Visual und die Headline ziehen sich konsequent durch alle Maßnahmen hindurch.

**Wer nanowaxt,
kommt schneller weg.**

Ein Wax für alle Fälle: *Alpin, Nordic, Board.*

Interessen für Cerax Nanowax. Cerax bringt dank chemischer Nanotechnologie exzellente Oberflächeneigenschaften für Skiern, Lawa und Snowboards, schnell und leicht aufzutragen. Und ist besonders im Verbrauch.

Nur ein hochwertiges Material aus Natur oder Quarz so gering. Flach. Wer schneller weg, kommt schneller weg. Und hat mehr Spaß beim Skifahren. Cerax Nanowax. Alles andere ist Schnee vor dem Weg.

Nanowax Coating Systems GmbH
Ein Unternehmen der Nanowax-Gruppe
Tel.: +49 (0) 11 8 02-0810
Vertrieb Schweiz: Cerax Racing Service
Tel.: +41 (0) 20 433 1177

CERAX
NANOWAX
www.cerax.com



Poster



Strichumsetzung



Display

Ansprache des Fachhandels

Der Fachhandel wird mit einer Fachhandelskampagne auf Cerax Nanowax aufmerksam gemacht. Per Direkt-mail erhalten alle Sportfachhändler Deutschlands zusätzlich den Produkt-Salesfolder.

Janet Eisenmenger, Product Marketing Managerin:
„Für uns ist es wichtig und selbstverständlich, dass auch in den Fachhandelsmaßnahmen das Key-Visual verwendet wird. Nur so kann die direkte Wiedererkennung mit der parallel laufenden Publikumskampagne sichergestellt werden.“

Cerax Nanowax
bringt Biss in Ihr Geschäft.

Schneller wachsen mit Cerax Nanowax.

Strategische Zielvorgaben und konsequente, spitzenspezifische Anwendung lässt immer mehr Winterturner auf Cerax Nanowax abstimmen. Und damit unverzichtbar für den Erfolg bringt Cerax Nanowax auch sonst exzellente Chancen für Ihren Zustandumkehr-Winter.

- Straffen, Kompaktwerden für Alpin, Karid, Skand – bis 16 Produktarten decken Sie die Anwendungsbereiche ab
- Keine Wachsreste, keine Wä – Sie bewahren nur, was Sie wirklich brauchen
- Lokativer Zustandumkehr durch Kunden, die Sie bei nicht gewohnt haben
- Exzellente Zielvorgaben und Materialität – hohe Kundenzufriedenheit, auch im Service
- Leistung erhöht an den Sportfachhändler
- Massive Herstellersupport durch Beratung, Partneranstellungen, Seminare und Sponsoring

Setzen Sie auf Cerax Nanowax in Ihrem Sommer, wird Ihre Geschäfte noch schneller wachsen.

Nanowax Coating System GmbH
Für Informationen über Sportgeräten
Tel. +49 30 61 11 11 11
Fax +49 30 61 11 11 11
www.cerax.com

CERAX
NANOWAX
www.cerax.com



Salesfolder

Aufbau eines Markenbildes

Aufgrund des durchgängigen Auftretens in der B-to-C- und B-to-B-Kommunikation, auch auf internationaler Ebene, ist es gelungen, von Anfang an ein einheitliches Markenbild aufzubauen. Wer an Cerax Nanowax denkt – ob in den USA oder in den Alpenländern – der denkt in Zukunft automatisch an den Wolf.

Konzeption und Realisation

Kunde:

Nanogate Coating Systems GmbH, Wiesbaden
Geschäftsführer: Peter Gross
Product Manager Cerax: Dr. Dieter Möller
Product Marketing Manager: Janet Eisenmenger

Werbeagentur:

M.L.&S. Werbeagentur GmbH, Düsseldorf
Geschäftsführer: Wilf Lamers
Creative Direction: Detlef Goldbaum
Art Direction: Britta Heimann
Etat Direction: Axel Janz
Kontakt: Aida Oliva