

Imagekampagne für den Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI)

Von:
Katrín Bach
Alexander Koutsouropoulos
Stefanie Lenze
© 2006

Donnerstag, 21. Juli 2006

Aufgabenstellung

Werbekonzept für den Verband der chemischen Industrie

Interessenverband Chemie:

- Zusammenschluss deutscher Chemieunternehmen (aus Pharma, Industrie, Chemie, Lebensmittel, Düngemittel, Umweltlabors, Zulieferer der chemischen Industrie)
- **Leistung:** 1. Interessenvertretung
2. Sprachrohr der Branche

Aufgabe der Werbeagentur: Imagekampagne, Schaffung einer positiven Wahrnehmung

Zielgruppe: Öffentlichkeit und Entscheider in der Industrie

Budget: 300.000 EUR in 2006
150.000 EUR in 2007

Bestandsaufnahme

Das Logo des Verbandes:



Wirkung: starr, statisch

Ziel: Aufwertung! Dynamischer, wärmere Farben

Bestandsaufnahme

Wirkung der Farbalternative:



Bestandsaufnahme

Der Claim der aktuellen Imagekampagne:

Chemie. Element unseres Lebens.

Grundüberlegung richtig!

Aber: sehr abstrakt, sehr allgemein, unpersönlich

Das neue Konzept

Assoziationen mit Chemie

Chemie ist allgegenwärtig und alltäglich

Chemie umgibt uns

Wir leben mit Chemie

Chemie ist ein Teil unseres Lebens

> Chemie ist positiv!

Wie schafft man ein positives Image?

- > Menschen sollen Chemie als etwas natürliches, nützliches & hilfreiches verstehen und begreifen...**

Ansatz: Nähe

Nähe schafft Vertrauen

Nähe suggeriert Geborgenheit

Nähe ist durchweg menschlich

Nähe ist angenehm

> Nähe ist positiv!

Wie kombiniere ich Chemie mit Nähe?

Punkt 1: Emotionale Bildsprache auf 3 Ebenen

> Mikro-, Meso- und Makroebene

**Punkt 2: Verknüpfung der Bildwelten direkt aber nicht
zu offensichtlich mit der Chemiewelt**

> Alltag = Chemie im Alltag

Beispiel 1 (Teer)



Beispiel 2 (Schlaf)



Beispiel 3 (Seife)



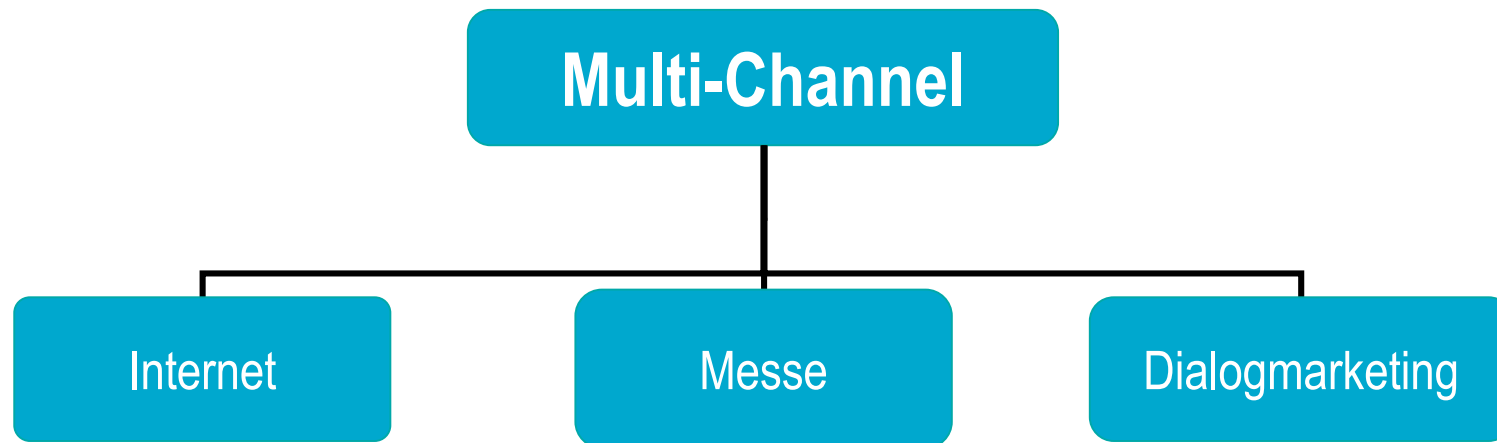
Der neue Claim

Unser Vorschlag:

Chemie – zum Greifen nah.

Das Marketingkonzept

Strategie



Internet

Strategie – Internet

Vorteile der Homepage: schneller, unkomplizierter und direkter Zugriff auf allgemeine Informationen rund um den Verband und seine Aktivitäten

Angebot: Mitglieder-Forum, Ankündigungen, Seminarangebote und Tagungen

Weitere Angebote:

- > PDF-Dateien zum Download wie Publikationen oder Informationen
- > Newsletter per E-Mail

Strategie – Internet

Homepage:

NIGHTCLUB
Kleine Kratzer heilen von selbst.
Etwas Sonnenschein genügt.

CHEMIE.
ELEMENT UNSERES LEBENS.

VCI

Suche

Willkommen bei der chemischen Industrie

Home Cefic ICCA English documents ChemCompass Impressum Kontakt

+ Die Branche
+ Der VCI
Mitgliederbereich
Stellenangebote des VCI
Presse
Reden
Anzeigen
Publikationen
aktuell
+ Wirtschaft
Chemieparks
+ Chemikalienpolitik
Klimaschutz / Energie
+ Umwelt / Responsible Care
Transport / Verpackung
TUIS
+ Bildung / Forschung
Nanomaterialien
Imagekampagne

Pressekonferenz am 05. Juli 2006
Chemiekonjunktur: Aufschwung setzte sich fort

VCI-Präsident Werner Wenning berichtete auf der Halbjahrespressekonferenz am 5. Juli 2006 in Frankfurt über die wirtschaftliche Entwicklung der chemischen Industrie.

[mehr](#)

Chemische Industrie warnt vor erneuten Strompreiserhöhungen
Fehlentwicklungen beim Emissionshandel korrigieren

Besteht auch in Zukunft eine Kopplung der Strompreise an die Preise der Klimaschutz-Zertifikate, sind höhere Strompreise unvermeidlich. Zudem haben die Energieversorger allein im Jahr 2005 ihre Preise um 50 Prozent angehoben, obwohl die Kosten für die Stromerzeugung kaum gestiegen sind. Diese Belastungen gefährden den Chemiestandort Deutschland.

[mehr](#)

Hohe Energie- und Ölpreise - Herausforderungen und Chancen für die chemische Industrie
Chemie-Wirtschaftsseminar

Das 18. Chemie-Wirtschaftsseminar zur wirtschaftlichen Lage und aktuellen

Zahlen und Fakten

Ausgabe 2005
Chemiewirtschaft in Zahlen

umfassende Wirtschaftszahlen über die aktuelle Entwicklung in der deutschen chemischen Industrie, ihre Bedeutung in der deutschen und europäischen Wirtschaft sowie im internationalen Vergleich.

[mehr](#)

Die Top 20 Chemie-Unternehmen in Deutschland

basierend auf Daten aus Geschäftsberichten der Unternehmen.

[mehr](#)

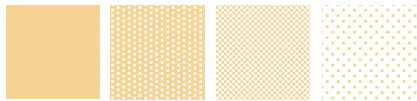
Problem: Überladen, komplizierte Navigation

Vorschlag: Überarbeitung, farbliche Neu-Gliederung

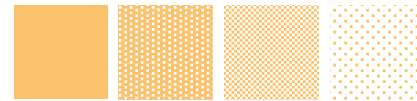
Strategie – Internet

Beispiel: Farbliche Neu-Gliederung (nach Produktionsgebieten)

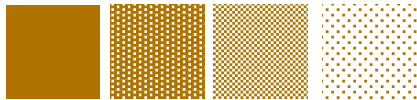
Anorganische Grundchemikalien



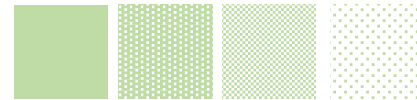
Petrochemische Derivate



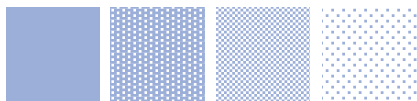
Polymere



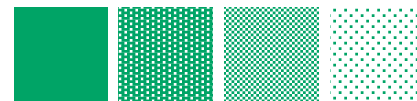
Fein- und Spezialchemie



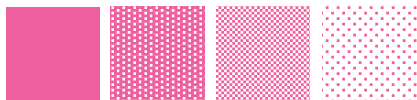
Pharmazeutika



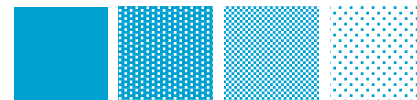
Agrochemikalien



Wasch- und Körperpflegemittel



VCI Basis



Messe

Strategie – Messe

Was bringt ein Messeauftritt?

- > Messe als Plattform für den direkten Kontakt (Nähe)
- > Direktaquise durch Vis-a-Vis-Kommunikation
- > Interesse wecken
- > Repräsentation der nationalen Industrie und des Verbandes im Ausland

Strategie – Messe

Welche Messen kommen z.B. in Frage?

- > **Illmac 2007:** Industriemesse für Forschung und Entwicklung, Umwelt- und Verfahrenstechnik in Pharma, Chemie und Biotechnologie
- > **Expopharm 2007:** Internationale pharmazeutische Fachmesse
- > **European Chemistry Congress:** Internationaler Fachkongress

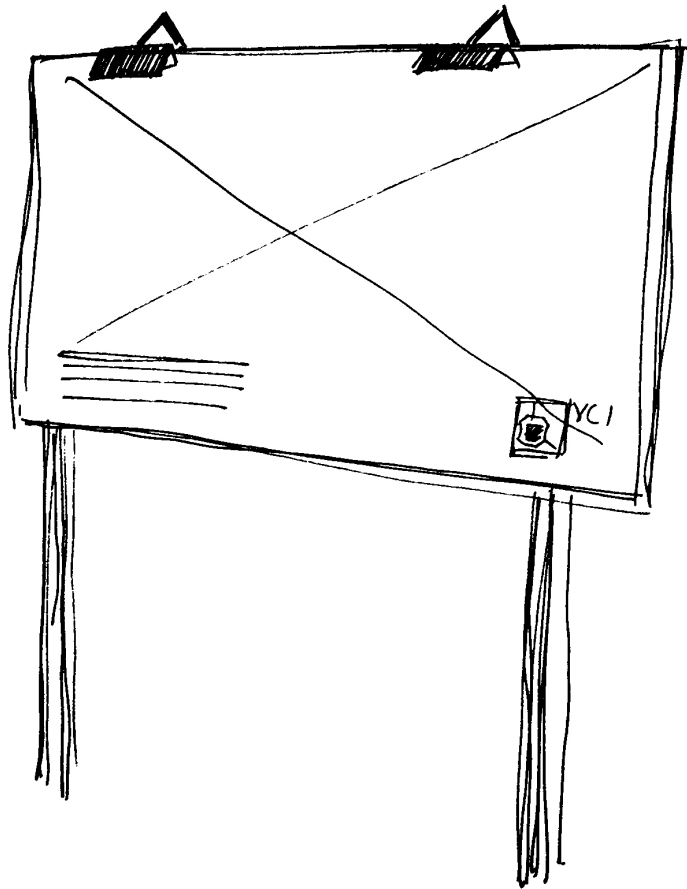
Strategie – Messe

Vor der Messe:

- > **Großflächige Plakate** (18/1, Citylight etc.)
- > **Kombinierte Image-/Produktanzeigen** in Fachzeitsungen und -zeitschriften (Pharma + Food, Chemie Technik)
- > **Optional:**
Imageanzeigen in Publikumszeitungen und -magazinen (FAZ, Süddeutsche, Handelsblatt, Spiegel, Die Zeit...)

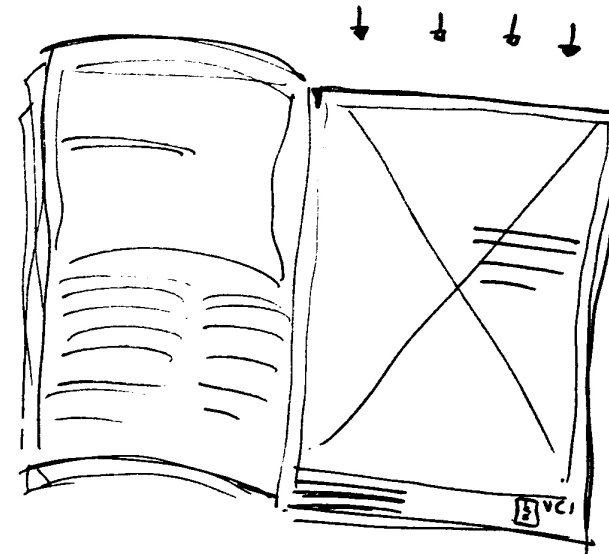
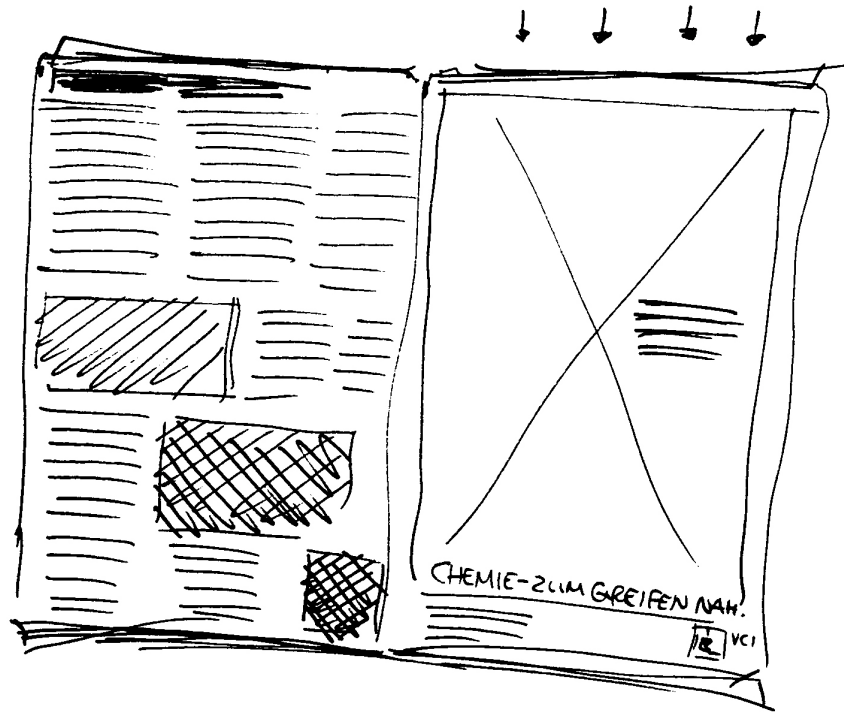
Strategie – Messe

Großflächige Plakate (18/1, Citylight etc.)



Strategie – Messe

Anzeigen



Strategie – Messe

Auf / während der Messe:

- > **Diverse Infomaterialien** (Broschüren, Flyer, Infoblätter, etc.)
- > **Give Aways** („Chemie-Scrabble“, Visitenkarten-CD mit Präsentation, evtl. Postkarten)
- > **Verschiedene Programmpunkte** wie Multimediapräsentationen, Seminare, Aktionen auf der Messe durch Promoter (Interesse wecken)
- > **Mitgliederzeitung / -magazin** (Abonnement, Musterexemplare)

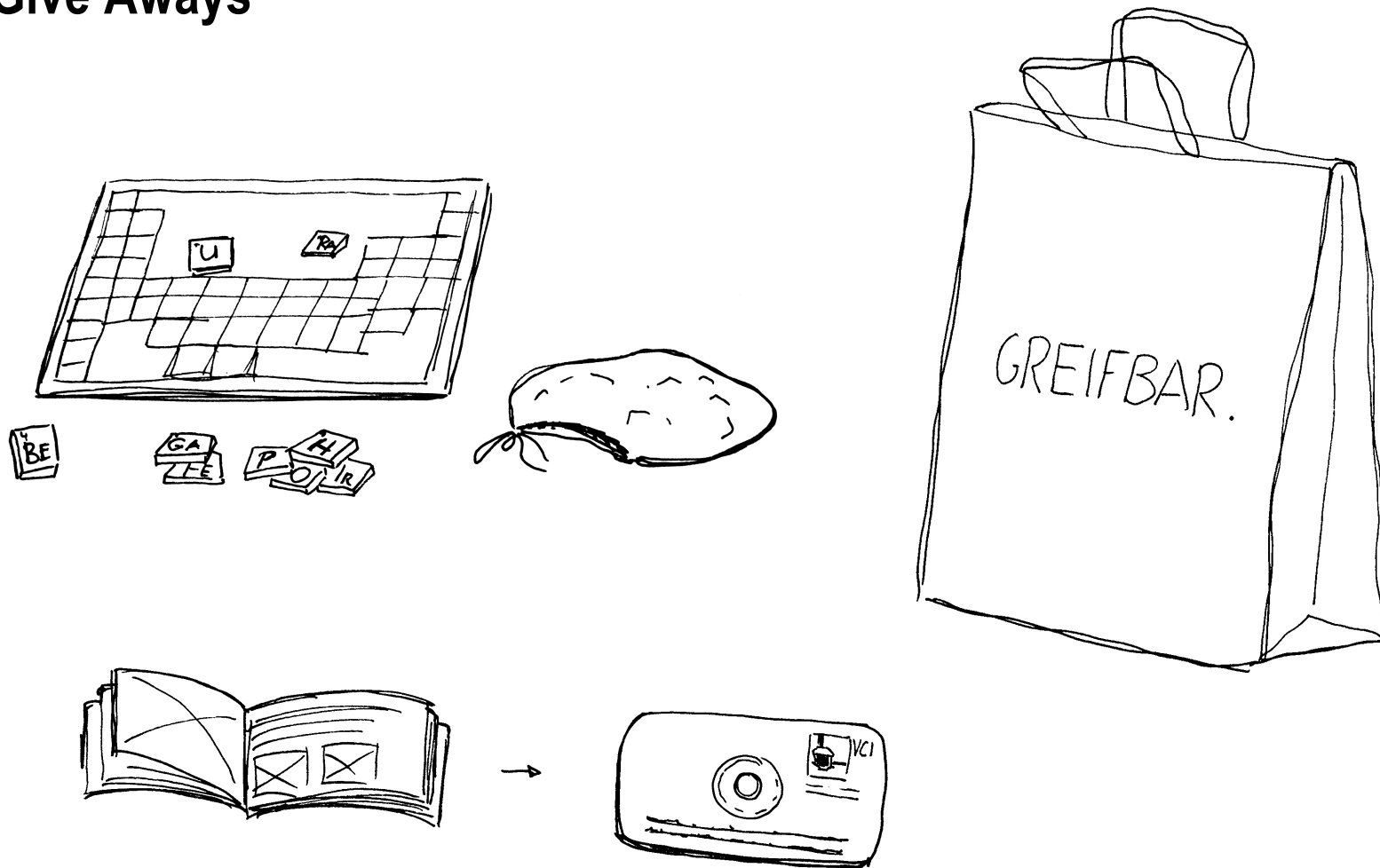
Strategie – Messe

Printmedien



Strategie – Messe

Give Aways



Strategie – Messe

Nach der Messe ...

... ist vor der Messe!

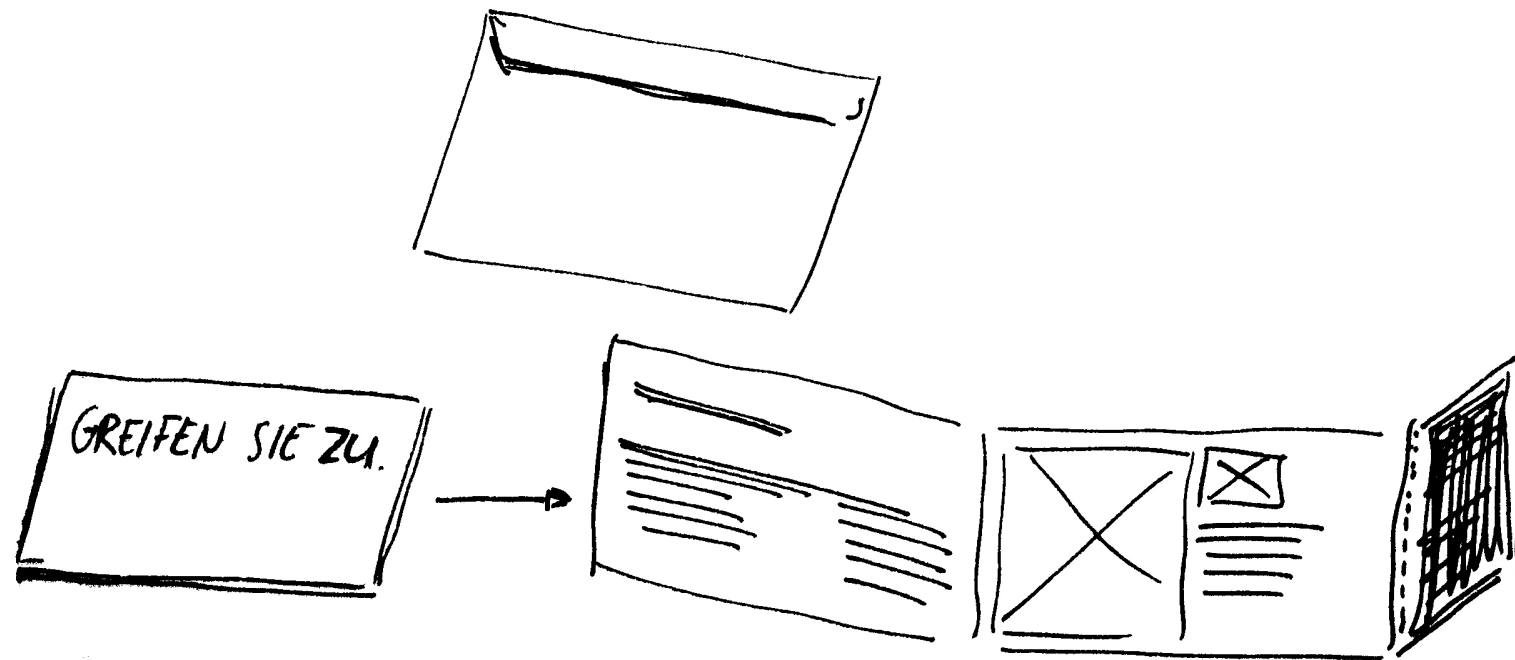
Dialogmarketing

Strategie – Dialogmarketing

- > **Zweistufiges Mailing** eingebettet in den Kontext von Messe und Internetauftritt
- 1. **Stufe** (vor der Messe) **Infos über:** Messe, Termine, Standorte, Angebote, Einladung
 - > 4-seitige DIN lang Karte mit Gutschein
- 2. **Stufe** (nach der Messe) **Dankeschön:** Karte mit Effekt und Verweis auf Internetseite

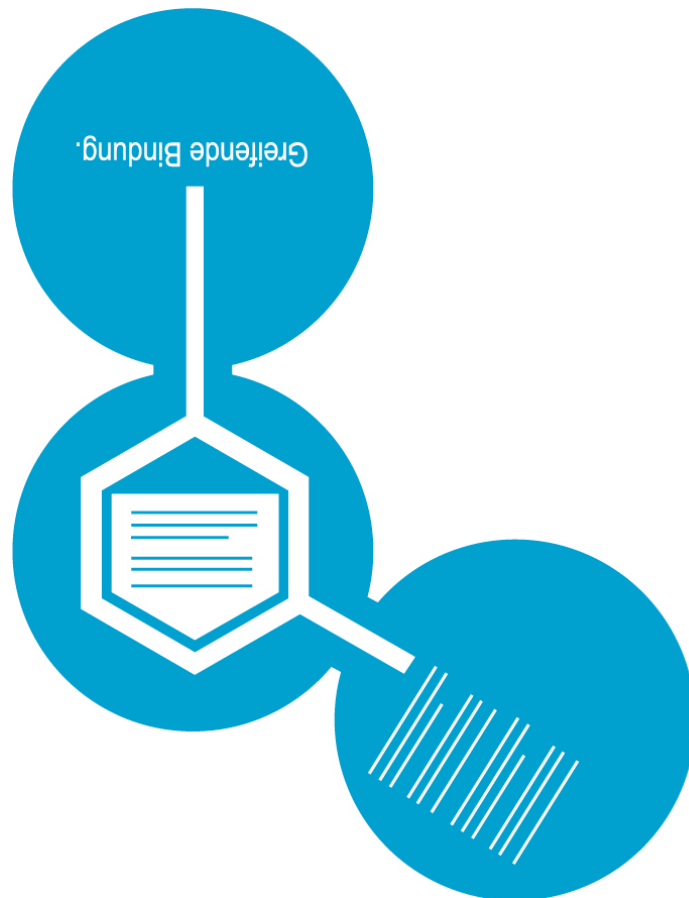
Strategie – Dialogmarketing

4-seitige DIN lang Karte mit Gutschein



Strategie – Dialogmarketing

Das kleine Extra nach der Messe



Corporate Design Manual

Corporate Design Manual

Warum überhaupt ein CD-Manual?

- > Geschlossenes Auftreten
- > Hoher Wiedererkennungswert

Chemie – zum Greifen nah.

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**