

Konzeptpapier: Neue Unternehmens-Imagebroschüre für die SPINNER Group

SPINNER SETZT STANDARDS IN DER
HF-TECHNIK. **FÜR DIE NEUE GENERATION.**



Das briefing an uns:

SO HABEN WIR SPINNER VERSTANDEN.

- Unternehmenskultur:** Familienunternehmen mit langer Tradition, zukunftsorientiert, verantwortungsvolle Unternehmenspolitik.
- Produktrange:** HF-Komponenten für 5 Anwendungsbereiche: Broadcast, Mobilfunk, Radar- u. Satellitensysteme, Mess- u. Medizintechnik, High-Energy. Es gibt einzelne HF-Komponenten, (Serien-)module und Einheiten und **komplexe** kundenspezifische **Systemlösungen**.
- Technologie & Qualität:** Weltweite Produktion mit höchstem technischen Know-how und nach höchsten Qualitätsmaßstäben. Schnell am Markt, Produktion vor Ort. Mitgliedschaften in renommierten Verbänden für Normen. In außereuropäischen Ländern wird nach deutschen Qualitätsnormen produziert. Hohe Lebensdauer.
- Forschung & Entwicklung:** SPINNER-Akademie, Zusammenarbeit mit Forschungsinstituten, interner Wissenstransfer und interne Forschungsprojekte.
- Umweltverständnis:** Beteiligung an umweltorientierten Verbänden, Umweltzertifikate.
- Dienstleistung & Service:** Projektbegleitende Systemlösungen, Niederlassungen nah an den Märkten.



Der Auftrag an uns:

NEUE UNTERNEHMENS-IMAGEBROSCHÜRE.

- Präsentationsumfang:** Gestaltung Umschlag, eine Image-Doppelseite (Inhalt: Qualität, Umwelt und Technologie), eine Produkt-Doppelseite (Thema: nach Belieben)
- Gestaltungsvorgaben:** Hausfarbe Cyan, Orange als Schmuckelement, 2-sprachige schöne Lösung, wenig Text, leicht lesbar, viele Bilder, übersichtlich, homogen, Weißraum
- Vorgaben Ausführung:** Leicht blätterbar (Papiervorschlag), Überraschungseffekt bzw. -Element, geplanter Umfang: 16 bis 20 Seiten
- Ansprache Zielgruppe:** 80% Männer (auf Messen oftmals Führungskräfte), 20% Frauen (Einkäufer); Kaufmotiv: sehr konkrete produktspezifische Anfragen; **Neue Generation** orientiert sich nicht nur an qualitätsbewußten Marktführer SPINNER und muss deshalb verstärkt angesprochen werden...
- Sonstiges:** B-to-B-Konzept; Broschüre soll ein paar Jahre funktionieren; Bayern kann „durchblitzen“; Stärkung Marktplatzierung in den Bereichen Mess- und Medizintechnik sowie im High-Energy-Sektor



Der dynamische Lösungsvorschlag – **Konzept A:**

NEUES VISUAL „SPORT, TEAM UND TECHNIK“

Unser Ansatz:

„**HF-Technik = Höchstleistungssport**“. Wir wollen die **Neue Generation** ansprechen (frische moderne Optik, **SPINNER = schnell + aktiv**) aber gleichzeitig **alte Werte kommunizieren** („Tugenden“, wie Ausdauer, Team, Präzision etc.). Und: **Weltmarktorientierung** mit Englischen Headlines vorweg. **Leser abholen** mit Frage + Antwort-Textkonzept.

Argumentation:

Neue dynamische Optik schafft die Verbindung zu bereits Vorhandenem (z.B. großflächige blaue Verläufe und „Frequenzband“); **aufmerksamkeitsstarkes Visual** „Sport“ (= Überraschungseffekt in der Branche); rhythmisches Raster; langfristig mit Farbflächen anwendbar.

Zusätzliches Benefit:

CD mit z.B. „Film über das Unternehmen, Technologie, Qualität, Forschung, Umwelt und Service etc.“



Der souveräne Lösungsvorschlag – **Konzept B:**

NEUES VISUAL „ZEITLOS UND KLAR“

Unser Ansatz:

„**SPINNER spielt in der Ersten Liga**“. Deshalb **verzichten wir bewusst auf typische HF-Visuals und konzentrieren uns auf Inhalte**. Ein selbstbewusstes Unternehmen an der Weltspitze benötigt keine Schnörkel. Zusätzliche „**Dreiklang-Claims**“ kommunizieren die SPINNER-Philosophie in allen Bereichen.

Argumentation:

Zeitloses Visual mit **langfristiger Vision**; reale technische Bildsprache (keine Compositings); Abheben vom HF-Wettbewerb in die **Premiumklasse** der Weltkonzerne; klares Raster für viele Medien umsetzbar

Zusätzliches Benefit:

Kontakttheft für Produktbereiche als „Dienstleistungsmerkmal“



Ein neues Sprachkonzept – **Vorschlag A:**

„HF-STANDARDS“-VISION MANIFESTIEREN.

Unser Ansatz: Wir holen den Leser mit seinen konkreten Fragen durch überzeugende Antworten ab, die zusätzlich die „SPINNER-HF-Standard“-Vision manifestieren. Das weltweit agierende Unternehmen SPINNER wird mit **Englisch als „1st language“** in der Broschüre **dem internationalen HF-Markt sprachlich gerecht.**

Head-Beispiele für

Qualität:	What does quality mean to SPINNER? Quite a lot: We offer top-level high-tech, absolute precision, excellent materials and an outstanding QM system.
Umwelt:	How does SPINNER contribute to environmental protection? It's quite simple: We use environmentally compatible materials, have a certified disposal system in place and prioritise energy efficiency.
Broadcast:	How does SPINNER guarantee operational reliability? Know-how is the key: We design our products to be climatic-proofed and immune to interference. Also suitable for use under extreme conditions.

Kernaussagen-Beispiele: Qualität + Umwelt: SPINNER SENDS CLEAR SIGNALS
Broadcast: SPINNER CONNECTS WORLD-WIDE

Ein neues Sprachkonzept – **Vorschlag B:**

VERTRAUEN UND ZUVERSICHT.

Unser Ansatz: Wir vermitteln Vertrauen mit Verben, wie z.B. „beweisen“, „liefern“ und „haben“... . Hinzu kommt ein adjektivischer „**Dreiklang-Claim**“, der für alle Bereiche die SPINNER-**Philosophie** kommuniziert.

Head-Beispiele für

Unternehmen:	SPINNER kombiniert Erfahrung mit Innovation.
Qualität:	SPINNER-Produkte beweisen Leistungsfähigkeit.
Umwelt:	SPINNER liefert High-Tech für die Zukunft.
Broadcast:	Analog oder Digital – SPINNER hat die richtige Lösung.
Forschung:	SPINNER weiß , was morgen gebraucht wird.

3er-Claim-Beispiele für

Qualität:	täglich. ununterbrochen. zuverlässig.
Umwelt:	verantwortungsbewusst. umweltverträglich. nachhaltig.
Broadcast:	stabil. klimafest. energieeffizient.



fincks-werbesache.

Gemeinsamer Blick in die Zukunft:

UNSERE ARBEIT MIT UND FÜR SPINNER.

fincks-werbesache. würde sich freuen, SPINNER in Zukunft als Werbepartner begleiten zu dürfen und das Neue Branding gemeinsam mit zu konzeptionieren.

