

## **Premium Anbieter Hoesch: Der neue Kommunikationsauftritt.**

Im Herbst 2003 konnte die M.L.&S. Werbeagentur die Hoesch GmbH & Co. KG, Düren, als neuen Kunden gewinnen. Unter der Marke Hoesch Design produziert und vertreibt das mehr als 200 Jahre alte Unternehmen anspruchsvollste Badprodukte wie Bade- und Whirlwannen, Duschen und Dampfduschen, Saunen und Solarien.

**HOESCH**  
Design

### **Vier Segmente: Die Neustrukturierung des Produktsortiments.**

Nach eingehender Analyse des Sanitärmarktes, der Mitbewerber und des umfangreichen Produktprogramms wurde für das Jahr 2004 neben einer Modernisierung des visuellen Gestaltungsauftritts zunächst auch eine Neustrukturierung der Produkte in Angriff genommen.

Das mehr als 100 Modelle umfassende Produktprogramm wurde konsequent zielgruppenorientiert in vier Segmente eingeteilt:

- Im Segment [creative] findet der Käufer ästhetische Highlights in exklusivem Design, viele davon entworfen von weltweit renommierten Designern wie Norman Foster, Michael Graves oder Philippe Starck.
- Im Segment [premium] sind Produkte angesiedelt, die unter besonderer Berücksichtigung des Komfortgedankens entwickelt wurden.
- Im Segment [pure] werden preissensiblere Kunden fündig. Die Produktpalette zeichnet sich durch gradliniges Design und klare Formensprache zu besonders attraktiven Preisen aus.
- Das Segment [wellness] präsentiert zukunftsweisende Wellness-Produkte aus den Bereichen Whirlen, Dampfen, Saunen und Sonnen für jeden individuellen Anspruch.

[creative]

[premium]

[pure]

[wellness]

**Hoesch Gesamtkatalog 2004:  
Die grafische Umsetzung der  
Segmentierung.**

Das Ergebnis spiegelt der neue Hoesch Gesamtkatalog 2004 in einem trendweisenden Look wider. Moderne, grafische Elemente unterstreichen die Neuordnung ebenso wie die in frischen Farben abgesetzten Kapitel.

Auf 212 Seiten sorgt die neue Katalogstruktur für deutliche Transparenz und hilft so nicht nur dem Endkunden bei der Orientierung, sondern auch dem Beratungspersonal des Sanitärfachhandels.



### **Multipicture Anzeigenkampagne: Die Visualisierung der Produktvielfalt.**

Eine besondere Herausforderung in der Kundenkommunikation ist für Hoesch die eindrucksvolle Vermittlung des sehr umfangreichen Produktprogramms.

Weder über Platzierungen in den Ausstellungen des Groß- oder Facheinzelhandels noch über die Bewerbung einzelner ausgewählter Produkt-Highlights kann die attraktive Produktvielfalt des Unternehmens auch nur ansatzweise dargestellt werden.

Deshalb wurde für die Anzeigenkampagne ein Multipictureansatz gewählt, der einen visuellen Ausriß aus allen vier neu geschaffenen Segmenten präsentiert und inhaltlich den 212 Seiten starken Katalog in den Vordergrund stellt. Nur über den Katalog kann ein Interessent sich einen Überblick über die Angebotsvielfalt von Hoesch verschaffen, und nur wer die Angebotsvielfalt eines Unternehmens kennt, wird dieses Unternehmen in sein Relevant-Set für spätere Kaufentscheidungen aufnehmen.



www.mla-s.com

[das erlebnis bad. auf 212 seiten.  
der neue hoesch katalog 2004 ist da.]

Ob Baden, Whirlen, Saunen oder Dämpfen: Bei Hoesch Design finden Sie eine Lösung ganz nach Ihrem Geschmack und Budget. Produkte, die sich durch außergewöhnliches Design und erstklassige Qualität auszeichnen. Lassen Sie sich von unserem 212 Seiten starken Katalog begeistern.  
Kostenfrei anfordern unter [www.hoesch.de](http://www.hoesch.de) oder Hotline 0800 4637243.

**HOESCH**  
Design

**Produktprospekt SensaMare 1100:  
Die ungewöhnliche Präsentation eines  
Dampfbades.**

Als führender Wellnessanbieter Deutschlands hat Hoesch mit dem Dampfbad SensaMare 1100 zur Fachmesse SHK Essen 2004 eine Weltneuerheit präsentiert, an dessen Ästhetik und Funktionalität sich zukünftige Bad- und Designobjekte messen lassen müssen.

Die Aufgabe für M.L.&S. bestand darin, die komplexen Funktionen eindrucksvoll und verständlich zu veranschaulichen. Entsprechend der hochanspruchsvollen Zielgruppe der Bestverdiener wurde eine ungewöhnliche und reduzierte Gestaltung gewählt, die den edlen Anspruch des Produkts unterstreicht und sich in totaler Reduktion auf das Produkt an sich beschränkt.

Bewusst wurde auch auf die Darstellung konkreter Bad-Milieus verzichtet. Diese Aufgabe möchte man der Fachpresse überlassen, zu deren Kernaufgabe es zählt, ihre Leser durch gelungene und aufwendige Milieu-Fotografie bei der eigenen Badgestaltung zu inspirieren.



**Marketing-Strategie:  
Die Nr. 1 in puncto Wellness.**

Hoesch will in puncto Wellness die Nummer eins in der Branche sein. Dies soll durch eine stetige Evolution in diesem Bereich gewährleistet werden.

Für den Vertrieb bedeutet dies eine klare Trennung von Markenprodukten und Handelsserien. Das Produktsortiment wird nach unten abgerundet und die gesamte Produktpalette gestrafft. Flankierend hierzu ist M.L.&S. beauftragt, geeignete Marketingmaßnahmen zu entwickeln, Hoesch Design als eine der Top Marken weiter zu stärken und auch Handel und Handwerk bei deren Marketingaktivitäten zu unterstützen.

**Konzeption und Gestaltung:  
Die M.L.&S. Werbeagentur.**

M.L.&S. ist eine mittelständische Full-Service Werbeagentur mit 16 festangestellten Mitarbeitern und Sitz in Düsseldorf. Seit 1977 betreut die inhabergeführte Agentur Markenunternehmen aller Größenordnungen sowohl gesamtheitlich als auch auf Projektbasis.

Das Leistungsspektrum umfasst alle denkbaren Marketingmaßnahmen above- und below-the-line. Neben klassischer Werbung und Verkaufsförderung ist eine Spezialdisziplin von M.L.&S. die Entwicklung absatzorientierter Marketingkooperationen zwischen Unternehmen mit deckungsgleichen Zielgruppen.

Aktuelle Kunden von M.L.&S. sind neben Hoesch Unternehmen wie Aprilia und Moto Guzzi (Motorräder), WGZ Bank, Zürich und Deutscher Herold (Finanzdienstleistungen), LG Electronics und Epson (IT), Carglass (Automobildienstleister), Almbauer (Pharma), Mitsui (Handel) und Hymer (Reisemobile).

Bei Interesse an einem Gespräch:

Die Ansprechpartner

Wilf Lamers  
(Geschäftsführung)

Tel.: 0211/68041-0

Axel Janz  
(Etat Direktor)

Tel.: 0211/68041-20