

Arbeitsproben: 13mal Ideengrund

Auf den nächsten Seiten zeigt Ihnen Ideengrund 13 Arbeitsproben .

Ideengrund-Markenzeichen sind Einfachheit mit Raffinesse, Kreativität mit der Stoppuhr (= Effizienz), Wirkungsorientierung und die angenehmen Anti-Höchstpreise. Werfen Sie auch einen Blick auf die Kosten-Informationen und machen Sie den Vergleich.

Ideengrund wünscht spannende Lektüre.



Inserat: Trinkwasser für jeden Hals.

1

Projekt: Inserat Trinkflasche mit Wasserfilter

Zielgruppe: Mineralwassertrinker.

Aufgabenstellung: Schwierig. Der Markt für Wasserhygieneprodukte in der Schweiz ist relativ eng. Wie kann man aus diesem begrenzten Segment ausbrechen zu neuen Zielgruppen? Wie bringt man eine Wasserfilter-Trinkflasche an ein Publikum, das erstens vor allem Mineralwasser trinkt und bei dem die Awareness für Wasserhygiene wenig ausgeprägt ist.

Lösung: Ansatzpunkt ist das Argument Convenience. Leere Trinkflasche mitnehmen statt Trinkflaschenballast - denn Wasser gibt es in der Schweiz fast überall.

Ideengrund Beitrag: Konzept, Text, Groblayout.

Auftraggeber: Katadyn Produkte AG, Wallisellen



**Diese Flasche hat's
Bistich**

abnehmbar
für leichtes
Reinigen

Wasser pur
ablassen
-
Einfach
-
Einfach
-
Einfach

Es muss nicht immer
ein Wasserfilter sein.
Aber manchmal schon.

Trinkwasser pur für jeden Hals.
Katadyn Bottle. Die Flasche mit Wasserfilter.

Durstig und kein Gebräu in Sicht? Dafür Wasser ab Brunnen, See, Fluss oder Bach. Frage sich nur: Rein oder nichtrein? Das ist der Moment der Klarheit für die Katadyn Bottle: Einfach Wasser einfüllen, Flasche leicht zusammenpressen, fertig. Der Drei-Schichten-Wasserfilter eliminiert Bakterien, Viren und andere Krankheitserreger und liefert Wasser pur mit maximalem Geschmack. Und macht Sie unterwegs mobiler dank weniger Geräteballast.

Die Katadyn Bottle ist 220 g leicht und ideal für Biking, Inline Skating, Wandern, Ferienreisen und andere Sports oder Outdooraktivitäten. Die Katadyn Bottle gibt's bei Athleticum, Outdoor Sports, Sports X und anderen Sports- und Outdoorfachgeschäften. Mehr Informationen unter www.katadyn.ch.



Sponsoring: Tue Gutes, aber sprich nicht zu viel darüber

2

Projekt: Präsentationswand Sponsoringprojekte.

Aufgabenstellung: Über das Sponsoring-Engagement (Non Profit) informieren ohne Selbst-PR.

Zielgruppe: Kunden und Stakeholders

Lösung: Zurückhaltende, selbstreflektierte Kommunikation, die den Eindruck von Imagewerbung unterläuft. Zitat aus dem Text: „Dabei sollen grundsätzlich Menschen und Projekte im Mittelpunkt stehen, nicht wir. Katadyn engagiert sich aus Überzeugung und nicht zur Imagepflege.“ Unaufgeregte Headline, die die Motivation hinter den Engagements auf den Punkt bringt: „Katadyn hilft.“ Die Präsentationswand wird im Empfangsraum des Firmengebäudes aufgestellt.

Ideengrund Beitrag: Konzept / Text / Bildbeschaffung / Projektentwicklung.

Auftraggeber: Katadyn Produkte AG, Wallisellen

Katadyn hilft. 



Wasser und Energie
Kathryn hilft, die Wasser- und Energieversorgung in den Entwicklungsländern zu verbessern. Durch die Bereitstellung von Wasser- und Energiepumpen können die Menschen in den Dörfern leichter Wasser und Energie erhalten. Dies ermöglicht es ihnen, ihre Lebensbedingungen zu verbessern und ihre Gesundheit zu erhalten.

Wasser und Energie
Kathryn hilft, die Wasser- und Energieversorgung in den Entwicklungsländern zu verbessern. Durch die Bereitstellung von Wasser- und Energiepumpen können die Menschen in den Dörfern leichter Wasser und Energie erhalten. Dies ermöglicht es ihnen, ihre Lebensbedingungen zu verbessern und ihre Gesundheit zu erhalten.

Wasser und Energie
Kathryn hilft, die Wasser- und Energieversorgung in den Entwicklungsländern zu verbessern. Durch die Bereitstellung von Wasser- und Energiepumpen können die Menschen in den Dörfern leichter Wasser und Energie erhalten. Dies ermöglicht es ihnen, ihre Lebensbedingungen zu verbessern und ihre Gesundheit zu erhalten.

Wasser und Energie
Kathryn hilft, die Wasser- und Energieversorgung in den Entwicklungsländern zu verbessern. Durch die Bereitstellung von Wasser- und Energiepumpen können die Menschen in den Dörfern leichter Wasser und Energie erhalten. Dies ermöglicht es ihnen, ihre Lebensbedingungen zu verbessern und ihre Gesundheit zu erhalten.

Katadyn.
Nicht nur für sich. Auch für andere.

Mailing: Sorry card

3

Projekt: Mailing

Aufgabenstellung: Entschuldigung bei Kunden für Lieferausfälle bei einem Impfstoff und Rückgewinnung.

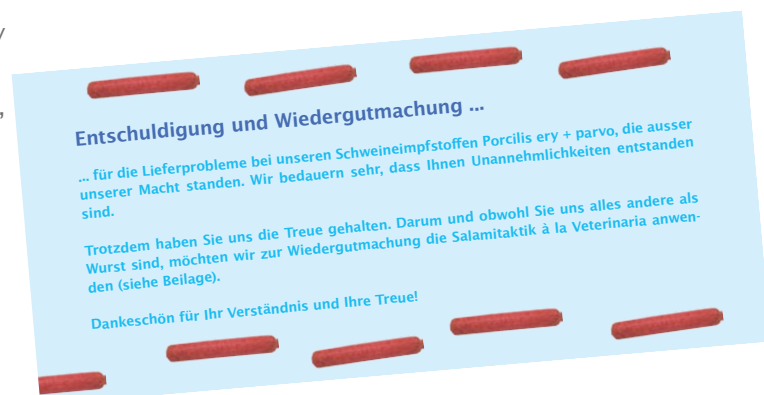
Zielgruppe: Gebeutelte Kunden (Tierärzte)

Lösung: Mailing mit Trost-Spezialsalami und Postkarte an alle vom Lieferausfall betroffenen Kunden.

Resultat: Kein Kunde ist abgesprungen.

Ideengrund Beitrag: Text / Layout / Projektmanagement

Auftraggeber: Veterinaria AG, Zürich



Tragfähige Tragtasche

4

Projekt: Werbe-Tragtasche

Aufgabenstellung: Trendiges Give away

Zielgruppe: Tierärzte (bestehende und neue Kunden)

Lösung: Kostengünstiges Basismodell. Für die Trendness sorgt nicht ein teures Modell, sondern ein frischer Aufdruck und die Headline „Produkte und Dienstleistungen, die tragen“.

Mein Beitrag: Text / Layout / Projektentwicklung

Aufwand / Kosten: 1 h bzw. 1.65.- / Stück.

Arbeitgeber: Veterinaria AG, Zürich



**Produkte
und Dienstleistungen,
die tragen.**

www.veterinaria.ch

Intervet
RESEARCH • PERFORMANCE • INTEGRITY

Logo: Einfach, aber schmackhaft

Projekt: Logo.

Aufgabenstellung: Logo für ein Start up im Bereich Fine Goods (Delikatessen). Das Logo soll die Werte Tradition, hand made, Leidenschaft und Genuss visualisieren.

Zielgruppe: Delikatessenliebhaber in CH und Finnland, Freunde

Lösung: Wie üblich folgt Ideengrund der Devise „reduced to the max“ und „einfach, aber raffiniert“: Frische Farbe, um die Genusskomponente, klassische Schrift um „hand made“ zu unterstreichen. Das Symbol steht für Leidenschaft, Genuss und Handwerk. „Kiss made“ ist eine Anspielung auf „Swiss made“. (Ein stilisiertes Kreuz in Backwarenform wurde entgegen dem Rat von Ideengrund weggelassen).

Ideengrund Beitrag: Konzept / Text / Grafik. Aufwand: 40 Min Vorgespräch, 90 Min Logokreation.

Woanders hätten Sie - bis auf wenige Ausnahmen - Fr. 1000.- und mehr bezahlt statt Fr. 300.-

Auftraggeber: Privat



Projekt: Die ganze Text-Bandbreite - vom Fachartikel, Inserat, Mailing, PR-Text. Radiospot, Filmstoryboard, Leitartikel bis zur Weihnachtskarte und Bedienungsanleitung.

Auftraggeber: Veterinaria AG, Zürich

Die vollständigen Texte finden Sie auf der Webseite unter „Referenzen“. Gute Lektüre!

22 **BERATUNG**

Vorbeugen ist billiger als heilen

Langsamere / Die Vorkasse ist auch die Silber für dieses Präventiv-Deckungsprogramm, das die Gesundheit von Tieren sichert.

Die Kunden sind sehr zufrieden

Die Kunden sind sehr zufrieden mit dem Präventiv-Deckungsprogramm, das die Gesundheit von Tieren sichert. Die Kunden sind sehr zufrieden mit dem Präventiv-Deckungsprogramm, das die Gesundheit von Tieren sichert.

Kunden sind mit Veterinaria sehr zufrieden

Die Kunden sind mit Veterinaria sehr zufrieden. Die Kunden sind mit Veterinaria sehr zufrieden. Die Kunden sind mit Veterinaria sehr zufrieden.

23 **BERATUNG**

Was steht die Veterinaria AG heute?

Seit 6 Jahren international – und immer noch erfolgreich

Die Veterinaria AG ist seit 6 Jahren international erfolgreich. Die Veterinaria AG ist seit 6 Jahren international erfolgreich. Die Veterinaria AG ist seit 6 Jahren international erfolgreich.

Inhalt

Die Veterinaria AG ist seit 6 Jahren international erfolgreich. Die Veterinaria AG ist seit 6 Jahren international erfolgreich. Die Veterinaria AG ist seit 6 Jahren international erfolgreich.

Website unter Fr. 1000.--

8

Projekt: Website

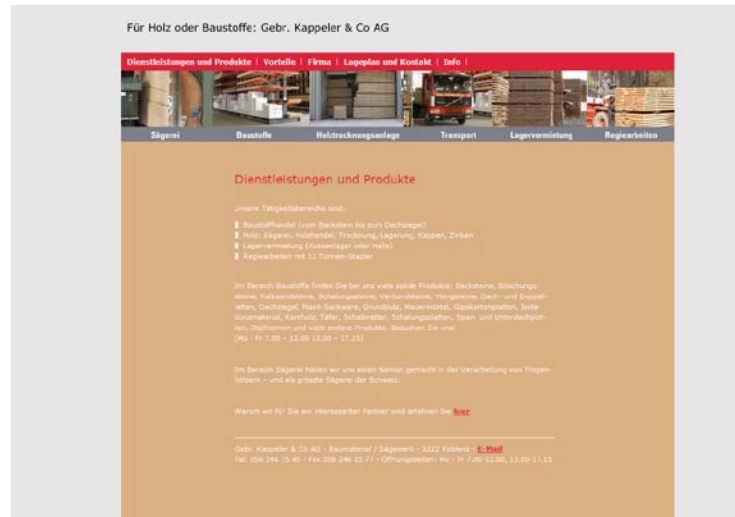
Aufgabenstellung: Möglichst günstig, aber nicht Billig-Look.

Lösung: Individualisierung einer Standardwebsite. Farbgebung (Primärfarben) in Holztönen.

Ideengrund Beitrag: Konzept / Text / Fotografie / Projektmanagement

Kosten: Fr. 790.--

Auftraggeber: Gebr. Kappeler AG, Koblenz
www.kappelerag.ch



Plakat: Für die Botschaft parat?

9

Projekt: Plakat

Aufgabenstellung: Das Thema Glauben / Gott in die Köpfe bringen. Kostengünstiges Layout.

Zielgruppe: Agnostiker und Nicht-Glauber.

Lösung: Die Themen-Recherche ergibt: Laut einer CH-Umfrage glauben 50% primär an sich selbst - ein schwerer Stand für Gott.

Der Text setzt genau bei diesem Selbst-Glauben an und hinterfragt ihn - bewusst leicht (aber nicht zu) provokativ, weil die Zielgruppe beim Thema Glauben einschläft, hohe Abwehrkräfte mobilisiert oder die anything goes-These vertritt.

Das Layout ist auch hier bewusst minimalistisch und vertraut voll auf das Wort.

Ideengrund Beitrag: Konzept / Text / Layout.

Aufwand / Kosten (Konzept, Text und Layout): 3 h bzw. Fr. 290.--

Auftraggeber: Privat

Du solltest an
etwas mehr
glauben als nur
an Dich selbst.

Ich warte auf Dich.

Gruss
Gott

www.jesus.ch

Namenskreation: Ja und amen, hier sei Ihr neuer Namen.

10

Projekt: Firmenname

Aufgabenstellung: Mode- und Event-Firma für frech-stilvolle Fashion braucht innert 48 Stunden einen neuen Namen.

Zielgruppe: Stilbewusste von 18 bis 40.

Lösung: Der Kunde ist mir sympathisch. Deshalb liefere ich - eigentlich gegen meine Überzeugung - innert 48 Stunden 8 Namens- und Sloganvorschläge. Der neue Firmenname: „VEyeP“ (Kombination aus VIP und Eye), weil es um gesehen werden und Mode geht. Der Slogan: „Born to be styled“ (Mein persönlicher Favorit war „Der Stil ist das Ziel“)

Kosten: Fr. 640.-- (inkl. zehnteiliges Kurations-Booklet mit Tipps für die Namensverwendung)

Ideengrund Beitrag: Namens-kreation

Auftraggeber: Royal Sunday St. Gallen.

6

And the winner is number 6:

VEyeP Fashion & Events
Born to be styled

Inserat Soft-Rauchen-Kampagne (Konzept)

11

Projekt: Inserat

Aufgabenstellung: Die dritte Raucher-Zielgruppe neben Hardcore- und Nichtraucherern erreichen: Potentielle Vernunft- oder Mit-Mass-Raucher.

Lösung: Auch hier macht's der Text. Denn es geht um Awareness und Einstellungsänderung. Ausserdem spart es Grafikkosten.

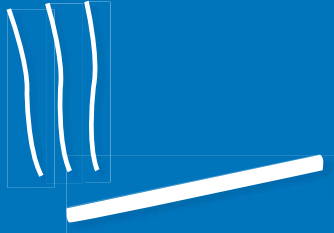
Ideengrund Beitrag: Konzept / Text / Layout

Aufwand: 4 h (= Fr. 380.--)

Auftraggeber: Eigen-Projekt

BESSER RAUCHEN:

Born to be mild



Genuss: statt Suchtrauchen? Ja, klar. Denn Genussrauchen bringt Ihnen neben mehr Genuss weitere Vorteile - zum Beispiel mehr Kondition. Aber wie geht das? Ganz einfach: Lassen Sie bei jeder Zigarette ein paar Lungenzüge weg - you don't have to smoke strong to have full taste. Und schon bald haben Sie das Rauchen besser im Griff statt umgekehrt.

Sie sagen sich: Dann kann ich gleich mit dem Rauchen aufhören? Irrtum: Erstens haben Sie den Geschmack - ob Sie's glauben oder nicht - nach ein paar lungenzugfreien gerauchten Zigaretten genau gleich. Oder haben Sie Geschmackszellen in der Lunge? Zweitens ist Mundhöhlenrauchen um vieles unschädlicher - mindestens was Ihre Lungen betrifft. Sie werden es spätestens an Ihrer besseren Fitness merken.

Sagen Sie Ihrem Zigarettenrauch, wo es durchgeht statt umgekehrt - jedenfalls nicht mehr durch Ihre Lungen. Sie sind der Boss. Auch beim Rauchen.

www.smartsnake.ch

Weihnachtskarte: Frohe Weihnachten

12

Projekt: Weihnachtskarte

Aufgabenstellung: Nicht ab Stange, sondern hand made. Kein traditionelles Weihnachtsmotiv, aber eines mit Weihnachtsbezug

Zielgruppe: Freunde und Bekannte

Lösung: Die Weihnachtssymbole Schnee und Tanne neukombiniert. Dazu etwas Mondschein und ein (abstrahierter) Fuchs. Fertig ist die „Wintermondnacht“.

Ideengrund Beitrag: Idee und Gestaltung

Aufwand: 2 h

Auftraggeber: Eigenprojekt



Kundennewsletter: Hier sehen Sie gar nichts.

13

Projekt: Kundenspezifisches Newsletter-Tool

Aufgabenstellung: Tierarztpraxisinhaber äussern an einem Werbeseminar Interesse an einem E-Mail-Newsletter-Tool für Kunden. Die Entwicklungskosten für das Tool und damit die Abonnementkosten sind relativ hoch. Soll das Tool entwickelt und angeboten werden: Ja oder nein?

Lösung: Schriftliche Kurzbefragung bei 30 Kunden. Aufwand: 3h.

Resultat: Die Kunden sind interessiert, aber die Abonnementkosten sind zu hoch. Das Projekt wird begraben.

Ideengrund Beitrag: Idee / Konzept / Mailing / Auswertung Umfrage.

Auftraggeber: Veterinaria AG, Zürich

Typisch Ideengrund: Fr. 10000.-
- gespart mit 3 h Aufwand.
Beraten heisst manchmal auch abraten - und so vorhersehbare Flops vermeiden.

in 3 Stunden
Fr 10.000.- gespart

Gerne noch mehr?

Wie an anderer Stelle gesagt: Als Start up ist unsere Kundenliste noch nicht ellenlang. Die hochkarätigsten Projekte sind bei früheren Arbeitgebern im Angestelltenverhältnis entstanden (Produktlaunches, Kommunikationskonzepte) - leider undokumentiert. Deshalb gibt's noch nicht mehr Arbeitsproben. Ideengrund hofft, Sie auch mit den gegebenen Mitteln zu überzeugen - und bei einem Auftrag dann vollends.