DER REINE

HAHNSINN

Ausgabe 1 · 21

Die Kundenzeitschrift der HAHN Unternehmensgruppe

Gefühlt geht es AUFWÄRTS!

HAHN WORKSHOPS
Ab sofort bieten wir Ihnen interessante und hilfreiche Workshops an. QR-Code scannen und mehr erfahren!

nicht nur sportlich ein TOP-Auftritt – Werbematerialien für den SSC

Relaunch und zeitgemäßer Internet-Auftritt für FantasTick

Print im Marketing-Mix

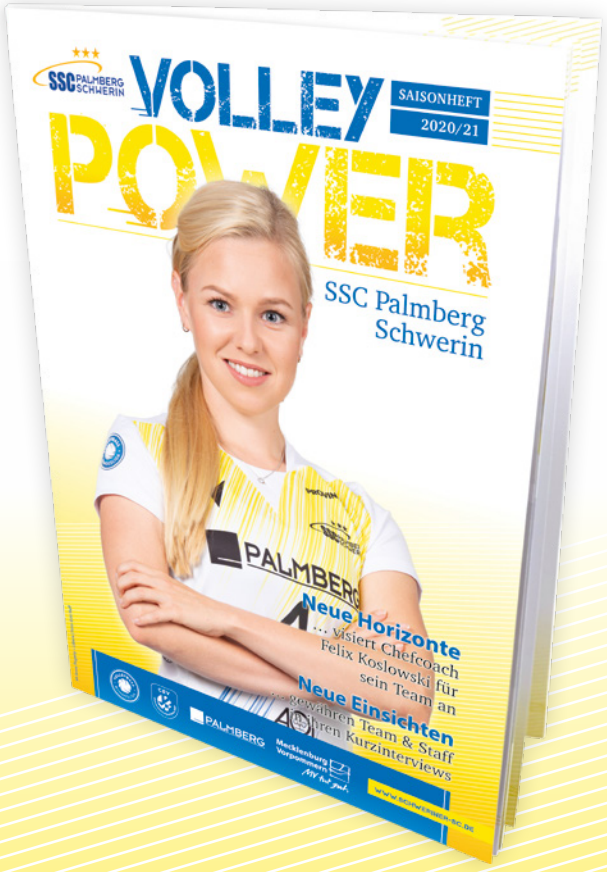
NFC - kontaktlos, smart

WWW.DRUCKEREI-HAHN.DE

SSC PALMBERG SCHWERIN hat nicht nur sportlich einen Top-Auftritt

Bekannt ist der deutsche Rekordmeister durch seine Volleyball-Frauen in der 1. Volleyball Bundesliga. Aber auch international ist der zwölffache Meister und sechsfache Pokalsieger kein Unbekannter. Zuletzt lieferte das Team eine grandiose Vorstellung in der Champions League ab.

Neben den sportlichen Erfolgen sollte die Darstellung der Marketingunterlagen eine Neuausrichtung erfahren. So kam unser Medien- und Druckhaus ins Spiel.



Wir erstellten erste Entwürfe, die beim SSC Palmberg Schwerin auf breite Zustimmung gestoßen sind. Daraufhin entstanden ein umfangreiches Saisonheft mit partieller 4D-Effektlackierung auf der Titelseite sowie Spielpläne und Autogrammkarten aller Spielerinnen und Trainer.

Eine professionelle Fotoqualität hat zusammen mit unserer Grafik zu sehr ansprechenden Produkten geführt, mit denen alle Seiten sehr zufrieden sind.

WWW.SCHWERINER-SC.DE

KUNDENFEEDBACK

Mit der Hahn Media + Druck GmbH haben wir genau den richtigen Partner an unserer Seite. Im Bereich des Sports müssen wir immer flexibel und spontan kreativ sein – das Team von Hahn hat sich hier zu 100 % auf uns eingestellt und punktgenau die richtigen Lösungen geliefert. Die Zusammenarbeit ging von Anfang an auf Erfolgskurs.

Verena Lukaschik, Social Media und Website, SSC Sport-Marketing GmbH Schwerin

FantasTick
...MORE THAN SWEETS!

Neue Website für Fantastick Greetings

Die wunderbare Vielfalt süßer Geschenkideen – dafür steht das Team der FantasTick.

Geschenkideen mit liebevollen Botschaften in außergewöhnlichen Verpackungen, mit Applikationen, Prägungen, 3D- und 4D-Gestaltungen sollen Kunden und Händler gleichermaßen inspirieren.

Neben dem sehr ansprechenden Katalog haben wir nun auch die Website des marktführenden Unternehmens im Bereich Süßwaren und Kommunikation komplett neu gestaltet. Ein besonderes Augenmerk wurde auf die optimale Darstellung der Inhalte, neben dem Desktop, auch auf allen mobilen Endgeräten gelegt.

Neben der sehr guten Usability und modernem Design verfügt die Website auch über Möglichkeiten der Social-Media Anbindung zum wichtigen und aktuellen Content-Sharing.

Außerdem besteht beispielsweise durch die moderne Webarchitektur jederzeit die Möglichkeit, weitere Bestandteile zu ergänzen. Dies können Shopsysteme, Newsletter- und Blogtools u. ä. sein.

Selbstverständlich ist die Website SEO/SEA optimiert aufgebaut.

www.fantastick.de

Print erzeugt :

AUFMERKSAMKEIT

WAHRNEHMUNG

RESPONSE

WERTSCHÄTZUNG

Print ist :

MESSBAR

VERTRAUENSWÜRDIG

SCHNELL

EINPRÄGSAM

Print im Marketingmix

Wie Print Ihren digitalen Marketingkampagnen mehr Wirkung verleihen kann

Print kommt nur noch selten als alleiniges Kommunikationsmittel zum Einsatz und wird zunehmend in Verbindung mit Internetpräsenz, Apps, E-Mails, Social Media, Außen- und Inhouse-Werbung sowie erlebnisorientierten Marketingansätzen eingesetzt.

Als Bindeglied zwischen diesen Kommunikationsformen spielt Print eine wichtige Rolle und ist daher für zukünftig ausgerichtete Marketingstrategien besonders attraktiv. Print bereichert das Kundenerlebnis und erweitert die Kommunikationsmöglichkeiten – für nachweislich erhöhte Kaufbereitschaft und mehr Umsatz.

WUSSTEN SIE SCHON?

- **Zeitungen, Zeitschriften und Direktmailings haben eine stärkere Wirkung als Fernsehen, Online-Videos und Social Media.**
- **Crossmedia-Kampagnen erzielen eine um bis zu 35 % höhere Rendite (ROI).**

Die Near Field Communication ist ein auf der RFID-Technik basierender internationaler Übertragungsstandard zum kontaktlosen Austausch von Daten per elektromagnetischer Induktion mittels loser gekoppelter Spulen über kurze Strecken von wenigen Zentimetern und einer Datenübertragungsrate von maximal 424 kBit/s.

NFC

SMARTE LÖSUNGEN AUS UNSEREM Forschungslabor

Die Near Field Communication hat als kontaktlose Datenaustauschbasis zwischen elektronischen Geräten bereits vor Jahren ihren Siegeszug angetreten. Praktische Beispiele, die jeder inzwischen kennt, sind das kontaktlose Bezahlen mit dem Smartphone anstatt mit Kreditkarte. Beschleunigt durch die Corona-Thematik hat sich diese Bezahlmethode sehr schnell und zuverlässig etabliert. Die Technologie bietet aber noch viele weitere interessante Einsatzmöglichkeiten. Wir haben überlegt, wie man diese Technologie sinnvoll in Printprodukte integrieren kann. Entstanden ist als erster Schritt eine Visitenkarte, die automatisch beim Auflegen auf ein Smartphone die Kontaktdaten einer vorher definierten VCF-Card überträgt. So erspart sich der Empfänger das Abtippen oder Einscannen der Karte. Die Kontaktdaten werden automatisch im digitalen Adressbuch des Empfängers hinterlegt, ohne manuelle Eingabe. Die Karte selber kann sogar beim Kontaktgeber bleiben, da sie ja nach der Übertragung nicht mehr zwingend benötigt wird.

Als weiteren Ansatz haben wir die Übermittlung eines Links in eine Visitenkarte integriert. Auch bei dieser Lösung muss man nur einmal die Karte auf sein Smartphone halten und es öffnet sich der Internet-Browser mit einer vorher definierten Landingpage. Darauf kann man nun auch diverse Kanäle wie z. B. Facebook, LinkedIn, XING, E-Mail oder Website usw. platzieren. Diese Lösung hat sogar den Vorteil, dass sie jederzeit aktualisierbar bleibt.

Jetzt kommt vielleicht die Frage auf, warum ein Druckunternehmen Lösungen entwickelt, die in diesem Falle gedruckte Produkte vermindern?

Wir sind längst mehr als eine reine Druckerei. In unserem Medienhaus werden von Spezialisten Lösungen entwickelt, die Marketingmaßnahmen effizienter, transparenter und erfolgreicher über alle Medienkanäle kommunizieren.

www.druckerei-hahn.de

E-Mail Knigge

Dutzende E-Mails schreibt und empfängt jeder Deutsche pro Tag. Dabei tappen viele unabsichtlich in das eine oder andere Fettnäpfchen. Der E-Mail-Knigge hilft, professionell zu wirken – und peinliche Momente zu vermeiden.

1. Rechtschreib- und Grammatikfehler

Nehmen Sie sich Zeit beim Formulieren von E-Mails – und auch Zeit für einen Korrekturgang. Dadurch lassen sich peinliche Tippfehler und Grammatikschnitzer vermeiden. Checken Sie besonders den Namen des Angeschriebenen doppelt.

2. Abkürzungen

„MfG", „LG", „FYI" (for your information), „z. K." (zur Kenntnis) oder „fyeo" (for your eyes only): Alles, was vermeintlich Zeit spart, sollten Sie sich verkneifen. Denn Abkürzungen lassen Sie faul und unhöflich wirken. Dem Empfänger sind oft auch nicht alle Kürzel vertraut.

3. Kryptische Betreffzeilen

Die Betreffzeile ist das Schaufenster einer jeden E-Mail. Ein klar formulierter Betreff ist eine Frage des Respekts: Schließlich kann der Empfänger die Mail dann schneller einordnen und auch ablegen.

4. Unpassender Ton

Sie sollten sich bei jedem Empfänger genau überlegen, in welcher Beziehung Sie zu diesem stehen – und wie Sie umgekehrt von diesem Adressaten angeschrieben werden möchten. Das macht es leichter, den passenden Ton zu finden.

5. Rumschwafeln

So knapp und präzise wie möglich schreiben und klar formulieren, wenn es einen Handlungsauftrag gibt. Auch Absätze, die die Übersichtlichkeit erhöhen, geben jeder E-Mail einen professionelleren Anstrich.

6. Signatur vergessen

Sie sollten in jeder geschäftlichen Mail prüfen, ob die Signatur vollständig anhängt – samt Telefonnummer und Adresse. Schließlich will der Empfänger wissen, mit wem er es zu tun hat.

7. Sensible Mails nicht verschlüsseln

Was viele im Alltagsstress gern vergessen: Laut DSGVO müssen E-Mails mit besonders sensiblen Daten verschlüsselt werden. Geht es beispielsweise in einer Nachricht um die Gesundheit des Empfängers, gebietet es der Respekt vor dem anderen, dafür zu sorgen, dass kein Dritter mitlesen kann.

8. Sammelmails verschicken

Machen Sie sich die Mühe, genau zu überlegen, wer von Ihrer Nachricht wirklich profitiert.

9. Dringlichkeit vortäuschen

Eine weitere Unsitte: vorgetäuschte Dringlichkeit. Ein rotes Ausrufezeichen neben dem Betreff kann ein gutes Mittel sein, um dem Empfänger die Wichtigkeit seiner Mail mitzuteilen – und besonders bei einer nahenden Deadline ist es womöglich keine schlechte Idee. Doch wer die Priorisierung missbraucht, um sicherzugehen, dass seine Mail gelesen wird, macht sich unbeliebt – denn der Empfänger fühlt sich, zu Recht, hinters Licht geführt.

10. Nachrichten an alle bekannten Adressen im Unternehmen schicken

Auch dies ist eine Unsitte, da so jeder gezwungen ist, sich damit zu beschäftigen und Informationen doppelt bearbeitet werden oder gar nicht. Das bindet Ressourcen und Zeit.

Warum? DARUM!

Warum?

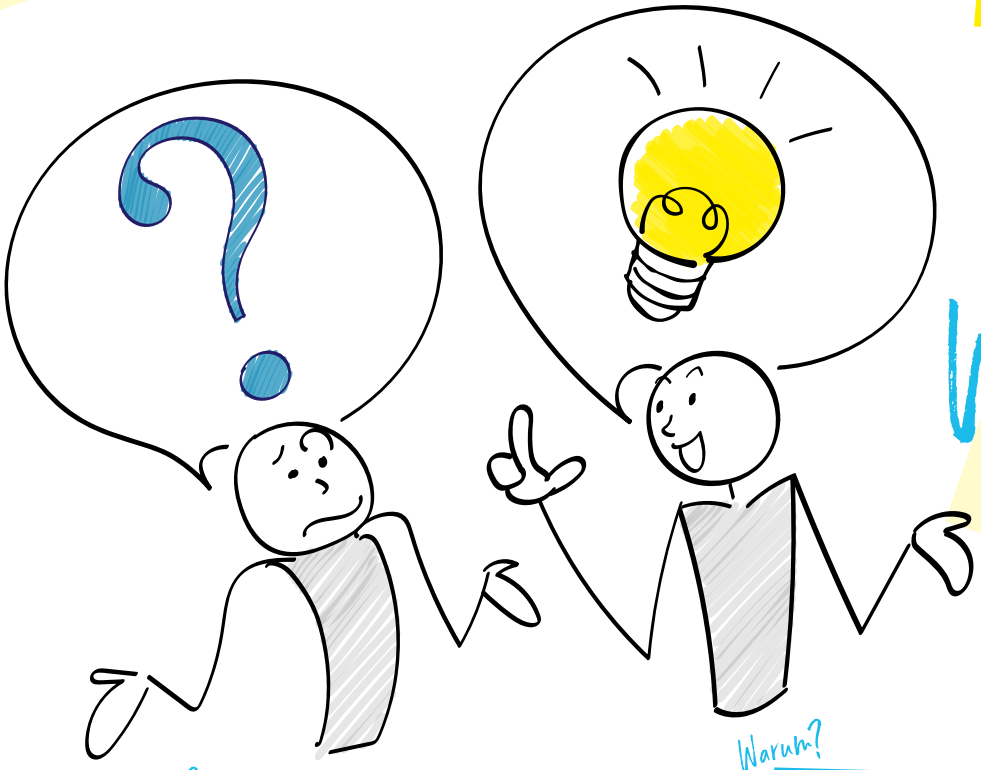
Sollte ich trotz unsicherer Marktlage Geld für Marketing ausgeben?

Weil Sie positive Marktsignale aussenden, über Neuerungen informieren, Impulse geben und so der aktuellen Flaute aktiv entgegenwirken

Warum?

Wirkt Print nachhaltiger als Online?

Papier kann man fühlen, riechen, anfassen. Insbesondere noch mit Veredelung hat es einen eingebauten „Touch Point". Die Conversion Rates sind in der Regel um ein Vielfaches höher als bei digitalen Medien.



Warum?

Nehme ich dann so wenig von meinen Wettbewerbern wahr?

Weil viele im Moment die Strategie fahren, erstmal abzuwarten und hoffen, dass alles irgendwann wieder besser wird. Kommunizieren Sie genau jetzt Ihre Leistungen und Ihr Unternehmen. So verankern sie sich langfristig in den Köpfen der Zielgruppe und machen Ihre Marke zukunftssicher. Die Wahrnehmung ist gerade jetzt besonders hoch.

Warum?

Ist ein Mailing erfolgreicher als eine E-Mail?

Früher war der Briefkasten mit Werbung überflutet – heute ist es das E-Mail-Postfach. 95 % aller Mail Newsletter werden nicht gelesen, 90 % aller Postsendungen werden geöffnet und betrachtet.

Warum?

Sind gedruckte Einladungen zu Messen, Veranstaltungen persönlicher?

Durch eine Personalisierung, gedruckt auf ansprechendem Karton, drückt sie Wertschätzung, Verbindlichkeit und Seriosität aus. Sie lässt dem Empfänger auch Zeit für seine Entscheidung.

Warum?

Bieten die HAHN Unternehmen auch digitale Dienstleistungen an?

Weil wir die erfolgreichste Wirkung aller Marketingmaßnahmen nur im abgestimmten Zusammenspiel der verschiedenen Kanäle mit ihren spezifischen Besonderheiten sehen. Diese optimal zu verbinden und die jeweiligen Stärken herauszustellen, ist unser Ziel.

Media + Druck®
HAHN
Direktmarketing

PRINT +

Elemente die mit "**PrintPLUS**" gekennzeichnet sind, bieten Verbindungen zu **multimedialen Inhalten** und ermöglichen Interaktionen. Für die Nutzung ist die gleichnamige **App** hier **kostenfrei** herunterzuladen.

Available on the App Store | ANDROID APP ON Google play

Spende vom Kalenderverkauf 2020 an Jugendabteilung vom Warnemünder-Segelclub e.V.

Die Fangruppe von unseren jährlich erscheinenden Bildkalendern Rostock/Warnemünde als Wendekalender wird immer größer. Der Versand erfolgt mittlerweile im gesamten deutschsprachigen Raum und verbindet viele Urlauber und auch ehemalige Rostocker mit ihrer geliebten Heimat. Umso mehr freuen wir uns, dass der Spendenerlös von 1.134,00 EUR aus den Verkaufserlösen an die Kinder- und Jugendabteilung des Warnemünder-Segelclub e.V. ausgezahlt werden konnte.

Komm zu HAHN!

Ab sofort suchen wir einen versierten und kreativen Webdesigner für spannende und abwechslungsreiche crossmediale Projekte. Wenn dich neue Herausforderungen, Eigenverantwortung sowie ein tolles Team reizen, bist du bei uns genau richtig. Schick uns deine Bewerbung einfach an: bewerbungen@druckerei-hahn.de

Wir freuen uns auf dich!

HAHN Media + Druck GmbH | HAHN Direktmarketing GmbH

Klimaneutral Druckprodukt
ClimatePartner.com/53264-2012-1001

Torsten Hahn
Allesmöglichmacher
Tel. 0381 / 77801-17
thahn@druckerei-hahn.de

Norbert Hahn
Trendbrauer
Tel. 0381 / 77801-16
nhahn@druckerei-hahn.de

Roberto Wendt
Umsatzarchitekt
Tel. 0381 / 77801-58
rwendt@druckerei-hahn.de

Mario Paap
Papiersommelier
Tel. 0381 / 77801-19
mpaap@druckerei-hahn.de

Kay Kuntze
Briefmarkeneinsparer
Tel. 0381 / 77801-29
kkuntze@druckerei-hahn.de

Manuela Klingenberg
Mädchen für Alles
Tel. 0381 / 77801-18
mklingenberg@druckerei-hahn.de

René Matuschek
Terminjongleur
Tel. 0381 / 77801-55
rmatuschek@druckerei-hahn.de

Axel Gerr
Concierge
Tel. 0381 / 77801-13
agerr@druckerei-hahn.de

Sandro Schacht
Concierge
Tel. 0381 / 77801-12
sschacht@druckerei-hahn.de

Philipp Uphoff
Marktschreier
Tel. 0381 / 77801-25
puphoff@druckerei-hahn.de

HAHNSINN IMPRESSUM

Herausgeber und Druck: HAHN Media + Druck GmbH, Steinbecker Weg 1c, 18107 Rostock-Elmenhorst
Tel. 0381 / 77801-0, Fax 0381 / 77801-24 | kontakt@druckerei-hahn.de | www.druckerei-hahn.de
Redaktion: HAHN Media + Druck GmbH | Fotos: Torsten Dahl, Sebastian Krauleidis, Philipp Uphoff, Fotolia, AdobeStock | Auflage: 80.000 Stück; Erscheinung: 3 x jährlich

druckerei-hahn.de

facebook.com/DruckereiHahn youtube.com/druckereihahn instagram.com/ hahn_media_druck_gmbh