DER REINE

HAHNSINN

Die Kundenzeitschrift der HAHN Unternehmensgruppe

JE GRÖßER DIE SHOW – UMSO STärKER DIE WIRKUNG!

LEUCHTENDE BEISPIELE FÜR ERFOLGREICHES MARKETING

Zu den Referenzen:

DEHOGA – crossmediale Veranstaltungseinladung

Neue Website für Glastechnik & Türautomatik

Der feine Unterschied zwischen Drucken und Beeindrucken

Print-Mailing ist wie ein Influencer aus Papier

Programmatik-Print schafft wirksame Kommunikation

Print ist und bleibt nachhaltig

Neue Solarflächen auf Produktionshallen

WWW.MYHAHN.DE

Crossmediale VERANSTALTUNGS-EINLADUNG

Zuerst wurde eine personalisierte Save-the-Date Karte per Post an alle Gäste versendet inkl. QR-Code mit möglichem Kalender-Eintrag im Handy.

Die offizielle Einladung wurde mit einem Panorama-Briefumschlag versendet und mit einem QR-Code direkt zur Landingpage versehen.

Auf der Landingpage konnten alle geladenen Gäste zu- oder auch absagen. Die Daten konnten durch den Veranstalter schnell und einfach ausgelesen werden.

Der DEHOGA MV plante gemeinsam mit dem Golfverband für Anfang Februar 2023 das „Traditionelle Grünkohlessen" für Mitglieder, Fördermitglieder und Sponsoren sowie Gäste aus Politik und Öffentlichkeit. Das Schloss Fleesensee war mit der Durchführung der Veranstaltung betraut worden. Herr Dettmann, als Hauptgeschäftsführer des DEHOGA MV kümmerte sich um die Organisation der Veranstaltung und auch um die passenden Einladungen. So kam er im Oktober 2022 auf unser Druck- und Medienhaus zu. Im Gespräch mit Torsten Hahn wurde die Kampagne geplant und das Timing besprochen. Anfang Dezember bekamen alle Empfänger vorab eine personalisierte „save the date"-Karte per Briefpost zugesandt, um sich die Veranstaltung schon mal vorzumerken. Auf der Karte war ein QR-Code aufgebracht, der beim Scannen gleich den Termin in das jeweilige Handy überträgt und in den Kalender übernimmt. Anfang Januar wurde dann die offizielle Einladung als hochwertige Klappkarte im Panorama-Briefumschlag versendet. Diese beinhaltete auch wieder einen QR-Code.

Beim Scannen dieses Codes wurde der Empfänger dann gleich auf eine Landing-Page geleitet. Hier war eine unkomplizierte Anmeldung möglich und die Daten konnten direkt vom Veranstalter verarbeitet werden.

"Die digitalen Kanäle und die Printprodukte haben sich optimal ergänzt und für eine gelungene Veranstaltung gesorgt. Vielen Dank für die Unterstützung der HAHN Media + Druck GmbH"

Matthias Dettmann, Hauptgeschäftsführer - DEHOGA MV

Dies ist ein schönes Beispiel, wie zeitgemäß Print- und Onlinekanäle gemeinsam genutzt werden und sich ideal ergänzen.

www.tuerautomatic.de

NEUE WEBSITE FÜR
Glastechnik & Türautomatik

Die neue Website erstrahlt im modernen Look

Damit das umfangreiche Leistungsangebot für potenzielle Interessenten und Kunden schnell auffindbar ist, Referenzen aktuell kommuniziert werden können und eine einfache Kontaktaufnahme möglich ist, war eine neue, zeitgemäße Internetpräsenz nötig.

Hierfür wurde das Team der HAHN Kommunikation GmbH beauftragt, die Fotos und Drohnenaufnahmen anzufertigen sowie die Website schnell und professionell zu erstellen. Selbstverständlich ist die Website auch für mobile Endgeräte optimiert und wird im Rahmen eines Wartungspaketes nach den aktuellsten Sicherheits- und Datenschutzanforderungen überwacht.

Zukünftig können auch Jobangebote darüber kommuniziert werden oder Social-Media Kanäle eingebunden werden.

Die Glastechnik und Türautomatik wurde 1992 gegründet.

Mittlerweile arbeiten 7 feste Mitarbeiter an dem Standort Elmenhorst und leisten von der Planung über die Fertigung, der fachgerechten Montage auch den kompetenten Service und die Wartung für ihre Kundschaft.

Die Firma HAHN Kommunikation GmbH hat uns unkompliziert und professionell beraten und das gewünschte Projekt innerhalb kurzer Zeit umgesetzt. Sie ist jederzeit erreichbar und kümmert sich umgehend um unsere Anforderungen! *Martin Fellmann (Prokurist)*

Mehr dazu unter: www.tuerautomatic.de

Glastechnik und Türautomatik
Gewerbeallee 40
18107 Elmenhorst-Lichtenhagen
+49 (0) 381 700 76 90
info@tuerautomatic.de

Der feine Unterschied zwischen Drucken und BEEIN-DRUCKEN

„Die Verlagerung auf digitale Medien macht die analogen Medien nur noch aufregender"

Es gibt nichts Schöneres, als ein sorgfältig gestaltetes und produziertes Printprodukt in der Hand zu halten. Da wird nicht nur der visuelle Sinn angesprochen, sondern auch das Fühlen, Riechen und Hören. In unserem hektischen Alltag, in dem täglich dutzendfach E-Mails ankommen, der SPAM-Filter überquillt, das Handy eine 24/7-Erreichbarkeit suggeriert, Social-Media, Whats-App etc. Informationen senden, ist ein seriöses Printprodukt auch ein Stück Entschleunigung. Es kommt unaufgeregt daher, verlangt nicht sofort die volle Aufmerksamkeit, wirkt nachhaltig und langfristig, verkörpert Wertschätzung und Glaubwürdigkeit und ist mittlerweile kein Massenphänomen, sondern fällt auf und wird positiv wahrgenommen. Die Response-quoten belegen diesen Trend eindeutig.

Wenn dann das Printprodukt auch noch auffällig veredelt, raffiniert gefalzt, gelasert und personalisiert ist und aus ansprechendem Material gefertigt wurde, ist eine besondere Beachtung garantiert. Wir erleben es regelmäßig, dass gut verpackte Botschaften oder Produkte überdurchschnittliche Aufmerksamkeit und Reaktion der Empfänger hervorrufen. „Kunden kaufen nur, wenn sie wow sagen!" Wir entwickeln gerne mit Ihnen beeindruckende Kampagnen, ob ansprechende Webprojekte oder aufmerksamkeitsstarke Printprodukte. Als Königsdisziplin verbinden wir beide Welten zu crossmedialen Kampagnen und schaffen so die Grundlage für maximale Sichtbarkeit und Wahrnehmung auf allen Kommunikationskanälen.

Wir freuen uns, mit Ihnen über Ihre Ziele ins Gespräch zu kommen.

Ein Print-Mailing ist wie ein *Influencer* aus Papier

Das Print-Mailing erlebt eine Renaissance, denn mit gut gemachten Print-Mailings kann man Kunden begeistern. Aus den klassischen, oft totgeglaubten Kanälen kann man vieles mit in die Zukunft nehmen.

Seit dem Inkrafttreten der DSGVO denken wieder mehr Kunden über Mailings nach. Dabei geht es aber heute vor allem um hochwertigen Content mit Nutzwert und weniger um klassische Werbebriefe, die früher in großen Massen an die Kunden verschickt wurden. Qualität statt Quantität.

Wichtig ist, dass das Mailing einen Kunden genau im richtigen Moment erreicht. Dann wird das haptische Werbemittel, das der Kunde anfassen und sich an die Pinnwand hängen kann, seine Wirkung erzielen: Die Menschen wollen unterhalten werden, sie wollen ein Erlebnis, das sich abhebt von ihrem digitalen Leben. Man kann es nicht wegklicken, es ist wertig, authentisch, vielleicht durch Verpackungen und Stanzungen veredelt. Das schafft ein digitales Werbemittel nicht. Es darf aber gerne verknüpft werden, durch Landingpages oder QR-Codes. Dank Smartphone gibt es da heute auch fast keinen Medienbruch mehr.

Das erste Mailing ist wie das erste Gespräch mit jemandem, den Sie gerne kennenlernen möchten – und mit jedem weiteren Dialog lernen Sie ihn besser kennen. Da nehmen Mailings eigentlich die Rolle von Influencern ein: Sie informieren Menschen über ein Thema, das sie interessiert. Und treten in einen Dialog. Es ist doch derselbe Mechanismus: Ein Influencer postet ein Bild von sich am Strand und schreibt, dass er einen herrlichen Platz entdeckt hat und fragt seine Follower: "Was ist euer Lieblingsplatz? Schreibt es in die Kommentare!" Das Mailing sagt: Guck mal, was für schöne Bademoden es hier gibt. Sieh sie Dir doch mal an und verrate mir Deine Lieblingsfarbe. Dazu einen Einkaufsgutschein, schon sind Sie im Gespräch. Wie ein Influencer, oder ein Vertriebler, aber aus Papier.

Man darf sich bei Mailings ruhig mal was trauen, der Werbebrief in "DIN LANG-weilig" ist out.

PROGRAMMATIC PRINT

Werbebanner werden unterdrückt

Nur 15 % der E-Mails werden wahrgenommen

Print-Produkte mit Personalisierung sind die Lösung

90% der Briefmailings werden wahrgenommen und auch gelesen!

EMOTIONALITÄT UND WAHRNEHMUNG VON PRINT-MEDIEN VERKNÜPFT MIT DEN MÖGLICHKEITEN UNSERER ONLINE-WELT

Was tun bei sinkender Kunden-Reichweite?

Über digitale Kanäle prasseln auf die Verbraucher jeden Tag unzählige Kaufangebote und Werbebotschaften ein. Viele wehren sich durch Adblocker und Spamfilter gegen diese Informationsflut. Werbebanner und Werbe-E-Mails werden so ungesehen unterdrückt.

Das aber stellt Unternehmen vor große Herausforderungen: Für sie wird es immer schwieriger, mit ihren Botschaften zur Zielgruppe durchzudringen. Auch rechtliche Einschränkungen wie Double-Opt-In tragen dazu bei, dass Online-Reichweiten kontinuierlich sinken. In dieser Situation trumpft das vermeintlich alte Medium Print mit neuen Möglichkeiten auf: der Hyperpersonalisierung von gedruckten Werbemitteln. Dank Programmatic Printing lassen sich Printprodukte wie Kataloge oder Mailings auf die Bedürfnisse einzelner Kunden zuschneiden und vollkommen automatisiert ausspielen. So entsteht ein hochrelevantes und wirksames Kommunikationswerkzeug, das Botschaften sicher ins Aufmerksamkeitsfeld der Konsumenten bringt und Unternehmen zu Top-Conversion-Rates verhilft.

Diese Form der individualisierten Ansprache muss nicht mit viel Aufwand oder hohen Kosten verbunden sein. Moderne Drucktechnologien und flexible Cloud-Lösungen ermöglichen einen schlanken und schnellen Einstieg.

Wir erarbeiten mit Ihnen gemeinsam passende Lösungen, die die Grundlage für eine langfristig erfolgreiche Kundenansprache schaffen.

Print bleibt *nachhaltig*

Auf Basis einer Studie des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) sollen auch Skeptiker von der Nachhaltigkeit der Druckindustrie überzeugt werden. Demnach macht der CO_2-Wert aller Druck-Erzeugnisse in Deutschland weniger als ein Prozent des gesamten Fußabdrucks aus, den eine Person pro Jahr hinterlässt. Print gehört damit zu den nachhaltigsten Kommunikationsmitteln überhaupt – und zu den transparentesten: Alle Emissionen werden direkt bei der Produktion fällig. Versteckte Belastungen, wie etwa ein nachhaltiger Energieverbrauch, werden vermieden.
Obwohl die Branche vergleichsweise umweltfreundlich arbeitet, gehen viele Unternehmen weiter: **Sie bieten an, die Produktion gegen Aufpreis durch Kompensationen klimaneutral zu stellen**.

Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Teil der Produktqualität und als solcher vom Kunden nachgefragt. Unser Unternehmen speziell erweitert gerade seine vorhandenen Solarflächen, um so künftig bis zu 70 % des täglichen Strombedarfs selber zu decken.

Weiterhin setzen wir größtenteils FSC- und PEFC-zertifizierte Papiere ein und besitzen auch das EasyGreenPrint Zertifikat.
Die Produktion und der Versand (sowohl Stückgut als auch Mailings) können komplett klimaneutral erfolgen. Wir sind seit über 15 Jahren Mitglied bei ClimatePartner.

Ohne Print geht nichts.

Es wird kein einziges analoges Produkt verkauft ohne Label, ohne Verpackung oder ohne Werbeflyer – und daher ist und bleibt Print das Basiskommunikations-Werkzeug unserer Gesellschaft. Sei sie nun digital oder nicht.

easy.green.print
CERTIFICATED 06-2022-1404

Media + Druck®
HAHN
Direktmarketing
www.myhahn.de

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 | Google play

HAHN Media + Druck GmbH | HAHN Direktmarketing

Klimaneutral
Druckprodukt
ClimatePartner.com/53264-2302-1001

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

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

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

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

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

Manuela Klingenberg
Teamdompteurin
Tel. 0381 / 77801-18
mklingenberg@myhahn.de

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

Antje Hahn-Neumann
Zahlenjongleur
Tel. 0381 / 77801-43
ahahn@druckerei-hahn.de

HAHNSINN IMPRESSUM

Herausgeber, Redaktion, Druck:
HAHN Media + Druck GmbH, Steinbecker Weg 1c, 18107 Rostock-Elmenhorst, Tel. 0381 / 77801-0, kontakt@myhahn.de, www.myhahn.de
Fotos: Torsten Dahl, AdobeStock, Shutterstock
Auflage: 80.000 Stück; Erscheinung: 2 x jährlich

myhahn.de

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

Eigene Maßstäbe setzen: Das EasyGreenPrint-Zertifikat

easy. green. print.
CERTIFICATED 06-2022-1404-5716

Mit dem EasyGreenPrint-Zertifikat (E.G.P.) trägt die HAHN Media + Druck GmbH ein weiteres Label, das dem Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit ein hohes Niveau bescheinigt.
Es bedeutet, dass sich das Unternehmen ständig mit der organisatorischen Planung, der betrieblichen Planung und Steuerung sowie einer anschließenden Bewertung und folglich der kontinuierlichen Verbesserung unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten auseinandersetzen muss. Dies wird extern bewertet und zertifiziert.
Das Zertifikat gilt für jeweils 2 Jahre.

Erweiterung Solarflächen auf unseren Produktionshallen

Um den gestiegenen Energiepreisen entgegenzuwirken und uns unabhängiger von Preisschwankungen beim Energieeinkauf zu machen, erweitern wir unsere Solarflächen auf den Dächern der Produktionshallen erheblich. Dadurch können wir künftig statt ca. 20 % nun bis zu 70 % unseres eigenen Strombedarfs selber erzeugen.