



*Partner for Communications*

Short version April 2012

## **Promote the benefits, build trust with stakeholders**

Activities and first results of communications campaign for soft PVC

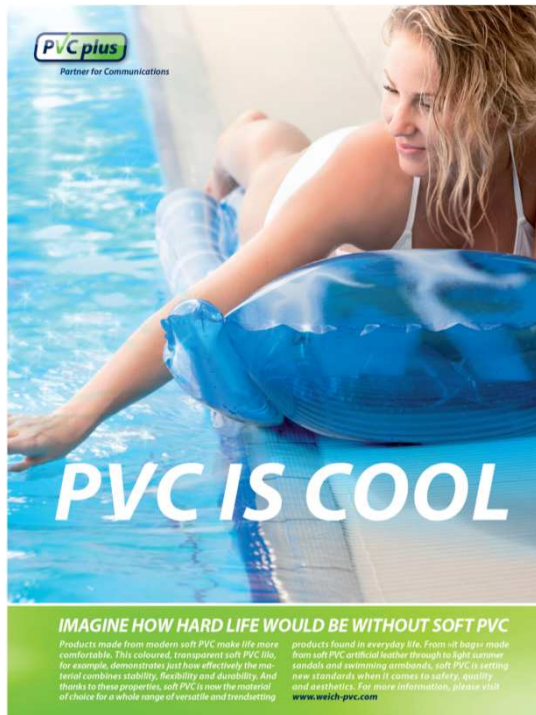
Werner Preusker, Maike Breypohl

PVCplus – Partner for Communications

Reference: new positioning by PVCplus campaign  
1997 - 2003



# State of the art communication, basic rule: „Promote the benefits, build trust“



Like a company the PVC industry informs about the benefits of products as well as about CSR activities

Shell

GLOBAL  
Change Location

Environment & Society

Innovation

Products & Services

About Shell

The Shell

First prod Pea

Re

vinyl plus  
COMMITTED TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT

PVC plus  
Partner for Communications



---

## Soft PVC – contents of fixed communication concept

- 1) Target
- 2) Target audience
- 3) Motives / media plan
- 4) Evaluation
- 5) Financial contributions
- 6) Summary



---

## 1) Target

### Option „Stop Erosion“

- To address specifiers of users of soft PVC and their professional customers
- To create acceptance to decide in good faith for soft PVC
- And to communicate arguments in favour of soft PVC also to sceptical persons and to opponents



---

## 2) Target audience

Professional specifiers along the value chain (B2B)

Especially from the sectors:

- Architects
- Specifiers for construction in local authorities
- Retailers (also because of stationary and toys)
- Producers of sign posts and stickers
- Car makers
- Producers of electric appliances
- Medical sector (nurses, doctors)





### 3) Motives

Elements of the campaign:

- Advertisements, e.g. SPIEGEL, Architects magazines
- (Micro-) website, to supply further information
- Personal dialogue, e.g. workshops
- Master presentation
- E-mail newsletter
- Direct mailing, e.g. Starke Seiten (PVC Today)
- Elements for companies to contribute  
(Give-aways, advertising space on tarpaulins, etc)



Six motives selected:



PVC SOUNDS GOOD



PVC PROTECTS HELPING HANDS



PVC PLAYS ALONG



PVC IS COOL



PVC MAKES SAFE (DRAFT)



PVC PLAYS ON THE TOP (DRAFT)

# Website

The screenshot shows the homepage of the PVC PARTNER website. The header features the tagline "Ihre Experten rund um PVC" and "Communicating about PVC is our business" on the left, the "PVC PARTNER" logo in the center, and navigation links for "Home", "Deutsch", and "Imprint" on the right. A search bar is also present. Below the header is a horizontal menu with categories: "PVC - THE MATERIAL", "PVC IN USE", "HUMANS&ENVIRONMENT", "PVC PARTNER" (highlighted), "SUSTAINABILITY", "SOFT PVC", and "INFO".

## IMAGINE HOW HARD LIFE WOULD BE WITHOUT SOFT PVC?

Extravagant designer handbags, easy-to-clean floor coverings in metal and wood finish, mirror-like stretch ceilings: modern products made of soft PVC combine outstanding material properties with high aesthetic standards. Durable artificial leather is available in an incredible array of colours and textures for the design of exquisite surfaces in automobiles and on upholstered furniture. PVC-coated fabric is used in building futuristic-looking roofing membranes such as those in the breathtaking Cape Town Stadium in South Africa.

### MEMBER LOGIN

Username


Password [forgot?](#)

[Not a member yet?](#)

## THE SOFT ALL-ROUNDER WITH MANY GOOD SIDES


### DIVERSITY ON PRINCIPLE

The flexible multi-talent is at home everywhere.




### SUSTAINABILITY IS A MATTER OF TRUST

From manufacturing to recycling.



### WIE HART WÄRE DIE WELT OHNE WEICHES PVC?

Der weiche Alleskönner mit vielen guten Seiten. Die Broschüre (20 Seiten) hier als Adobe-Acrobat-Dokument herunterladen.



Promotion by soft PVC, made with DINP, recycled to bags  
end of September - November - > 1.000.000 contacts estimated  
115 trucks with advertisements on German motorways





„Reputation management regarding consumer and environment protection“ incl. presentation VinylPlus, facts on soft PVC workshop, July 12 / 13, 2011

Environmental managers of retailers and industry, e.g. from

BASF	BMW
Bosch	Evonik
Exxon	Hagebau
IKEA	Tetra Pak
Raumedic	Renolit
Kaisers	Tengelmann



# „Weich-PVC-Ticker“ - electronic newsletter for value chain since August four editions, 600 people in PVC industry as target, general management, marketing, PR, experts from AGPU data base

Weich-PVC-Ticker

19. August 2011

## Erster Bericht von der Klausurtagung für Umweltmanager ist ab sofort erhältlich

Klausurtagung „Umwelt- und Verbraucherschutz – Akzeptanz und Glaubwürdigkeit“  
 Convention „Environmental and Consumer Protection – Acceptance and Credibility“  
 12/13 July 2011, Montabaur



Begleitet wurde der Auftakt der Weich-PVC-Kampagne von einer zweitägigen Klausurtagung, die am 12. und 13. Juli ebenfalls in Montabaur stattfand. Zu den rund 30 Teilnehmern zählten hochkarätige externe Vertreter aus Unternehmen wie Tetra Pak, Bosch, BMW, IKEA, Hagebau und Tengelmann, mit denen die AGPU seit Jahren in Kontakt steht. Im Rahmen dieser exklusiven Veranstaltung hat die AGPU diesen wichtigen Umweltentscheidern die aktuellen Argumente für Weich-PVC sowie die europäische Nachhaltigkeitsinitiative VinylPlus erläutert.

Der Kurz-Bericht zur Klausurtagung „Umwelt- und Verbraucherschutz – Akzeptanz und Glaubwürdigkeit“ in deutscher und englischer Sprache ist ab sofort erhältlich und kann in digitaler Form im Mitgliederbereich auf der AGPU-Homepage als PDF-Dokument heruntergeladen werden. Mitglieder und Sponsoren können einzelne gedruckte Exemplare unter [pvcplus@pvcplus.de](mailto:pvcplus@pvcplus.de) anfordern.

## Erste Meinungsumfrage beendet: Gewinner wurden benachrichtigt

Die erste Umfrage zum Thema „Das Image der Werkstoffe PVC und Weich-PVC“ vor dem Start der Weich-PVC-Kampagne ist abgeschlossen. Entscheider aus den Bereichen Architektur, Bau, Industrie, Handel, Werbemittel, Auto, Elektro und Medizin haben mitgemacht und uns dadurch aufschlussreiche Antworten auf Fragen geliefert - wie beispielsweise die deutlich veränderte Wahrnehmung von Weich-PVC in den letzten Jahren bis heute. Als kleines Dankeschön fürs Mitmachen wurden unter den Teilnehmern 20 Einkaufsgutscheine in Höhe von jeweils 30 Euro des Online-Versenders Amazon verlost. In der vergangenen Woche wurden die Gewinner nun ermittelt

Weich-PVC-Ticker

07. September 2011

## Aufmerksamkeit garantiert! Weich-PVC-Werbung auf 115 Lastwagen – deutschlandweit



Das Interesse von Unternehmen, Teil der aktuellen Weich-PVC-Kampagne zu werden, ist nach wie vor groß. Zu den engagierten Unterstützern gehört auch Evonik. Das Unternehmen hat PVCplus den Auftrag erteilt, ab Mitte September 115 Lastwagen mit den Werbemotiven „PVC klingt gut“ und „PVC ist cool“ zu bestücken und sieben Wochen lang durch ganz Deutschland fahren zu lassen. Eine breite Aufmerksamkeit dürfte damit garantiert sein, zumal die Aktion pro gefahrenen Kilometer und LKW eine Reichweite von durchschnittlich 66,67 Kontakten generiert. In Anbetracht der Tatsache, dass jeder der 115 Lastwagen pro Woche rund 2.200 Kilometer zurücklegt, bedeutet dies eine überdurchschnittlich hohe Wahrnehmung unserer Weich-PVC-Kampagne. Am Ende der Aktion sollen aus den Plänen 3.000 exklusive Taschen produziert werden. Weitere Sponsoren werden noch gesucht!

Für AGPU-Mitglieder gibt es während des Aktions-Zeitraums übrigens einen besonderen Service: Im Mitgliederbereich unserer Webseite können die Fahrten der Werbe-LKW über

# Direct mailing - Facts on soft PVC sent to ca 2,000 professional users in Germany, architects, public administration, retail, industry



(Adresse)

Unsere Argumente zu Weich-PVC preusker@agpu.com

13. Oktober 2011

«Briefanrede»

wie Sie vielleicht wissen, wird Weich-PVC wegen seiner Materialvorteile in einem breiten Produktpeltrum eingesetzt, von pflegeleichten Bodenbelägen, über elastische Posterbezüge bis hin zu lebensrettenden Blutbeutel.

Für all diese Produkte werden heute diejenigen Materialien von Entwicklern in einem strengen Ausleseprozess ausgesucht, die den Ansprüchen am besten genügen. In jedem Fall muss das verwendete Material einer Reihe, manchmal auch schwer vereinbarer Anforderungen genügen. Es ist daher nicht einfach, in kurzen Worten allgemein gültig zu erklären, warum Weich-PVC gerade für Kabelummantelungen, Bodenbeläge in Kindergärten oder für Infusionsschläuche im Krankenhaus verwendet wird. Wussten Sie, dass Blutkonserven in Weich-PVC länger halten als in Ersatzmaterialien? Und was das für die Krankenversorgung in unserem Land bedeutet?

Wir haben Ihnen deshalb die Argumente in einem kleinen Heft zusammengetragen, falls Sie dazu etwas nachlesen wollen.

- Produkte aus weichem PVC bieten hohe Sicherheits- und Qualitätsstandards zu einem akzeptablen Preis und sind dabei sehr langlebig. Deshalb werden sie weltweit geschätzt.
- Dank jahrelanger Forschung und verbesserter Rezepturen hat die Industrie das Weich-PVC in den letzten zehn Jahren entscheidend verbessert. In der EU werden zur Herstellung weicher PVC-Produkte heute vorwiegend hochmolekulare Standardweichmacher wie DINP, DIDP, DPHP und Spezialweichmacher verwendet. Sie sind sicher und ohne Bedenken einsetzbar. Dies zeigen Studien und die amtlichen Risikobewertungen der EU.
- Die europäische PVC-Branche hat mit ihrer Selbstverpflichtung „Vinyl 2010“ erheblich zur nachhaltigen Entwicklung beigetragen und setzt dies mit „VinylBus“ weiter fort. Ein Beispiel dafür ist das europaweit praktizierte Recycling der wichtigsten PVC-Bauprodukte.

Wenn Sie mehr dazu wissen wollen, schreiben oder rufen Sie mich an ([preusker@agpu.com](mailto:preusker@agpu.com); 0229/917 8312).

Mit freundlichen Grüßen

  
Werner Preusker  
Geschäftsführer

Arbeitsgemeinschaft PVC und UNWELT e.V.  
Am Holstenfeld 12  
D-53113 Bonn    TEL + 49 228 917 8310  
FAX + 49 228 338 99 94    EMAIL [agpu@agpu.com](mailto:agpu@agpu.com)  
WWW [www.agpu.com](http://www.agpu.com)    Deutsche Bank Bonn  
BLZ 380 700 00  
Kontokorrent 333 773    BANK DE31 380 700 000 0333773 00  
BIC: DEUTDE33HAN



2 Weich-PVC: modern, verlässlich, sicher

## DER WEICHE ALLESKÖNNER MIT VIELEN GUTEN SEITEN



**VIelfALT AUS PRINZIP**  
DAS FLEXIBLE MULTITALENT IST ÜBERALL ZU HAUSE

> Seite 4



**NACHHALTIGKEIT IST VERTRAUENSACHE**  
VON DER HERSTELLUNG BIS ZUM RECYCLING

> Seite 9



**DA KÖNNEN SIE GANZ BERUHNIGT SEIN**  
PRODUKTE AUS WEICH-PVC SIND ZUVERLÄSSIG UND SICHER

> Seite 13



**STABILER ABSATZ VON PVC-PRODUKTEN**  
WIRTSCHAFTLICHE DATEN UND FAKTEN

> Seite 17

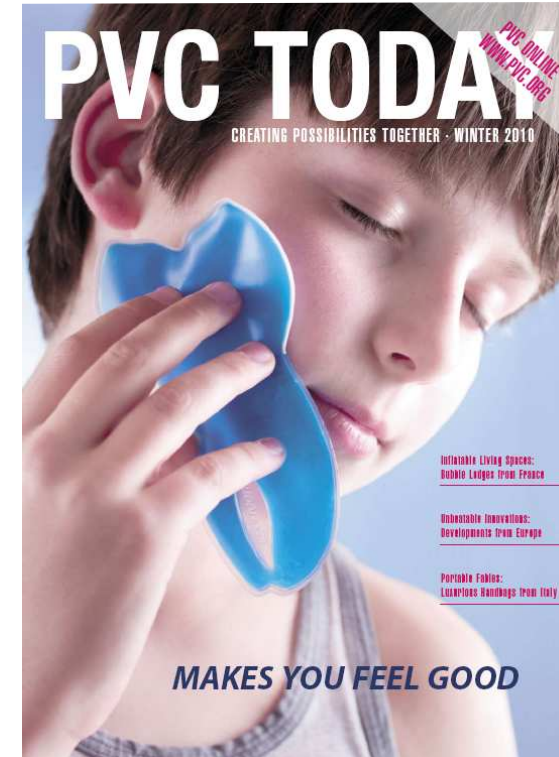
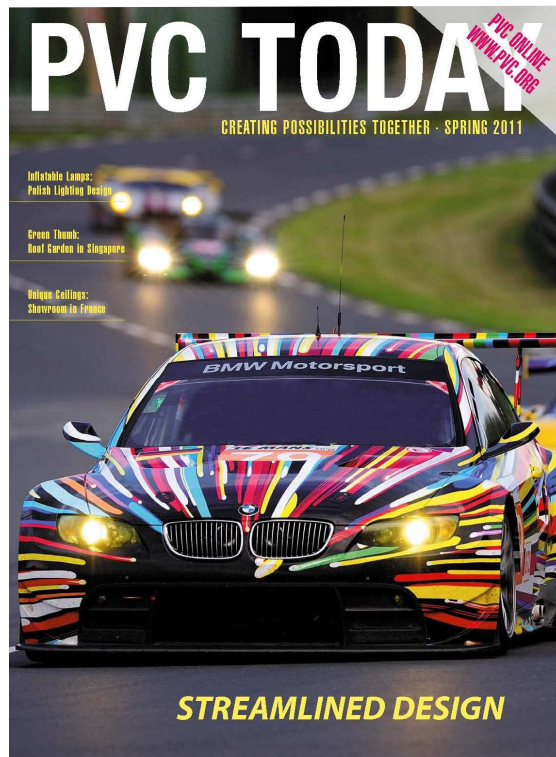


**AUF DEN PUNKT GEBRACHT**  
AUSGEREIFTE PRODUKTE FÜR EINE SICHERE ZUKUNFT

> Seite 18



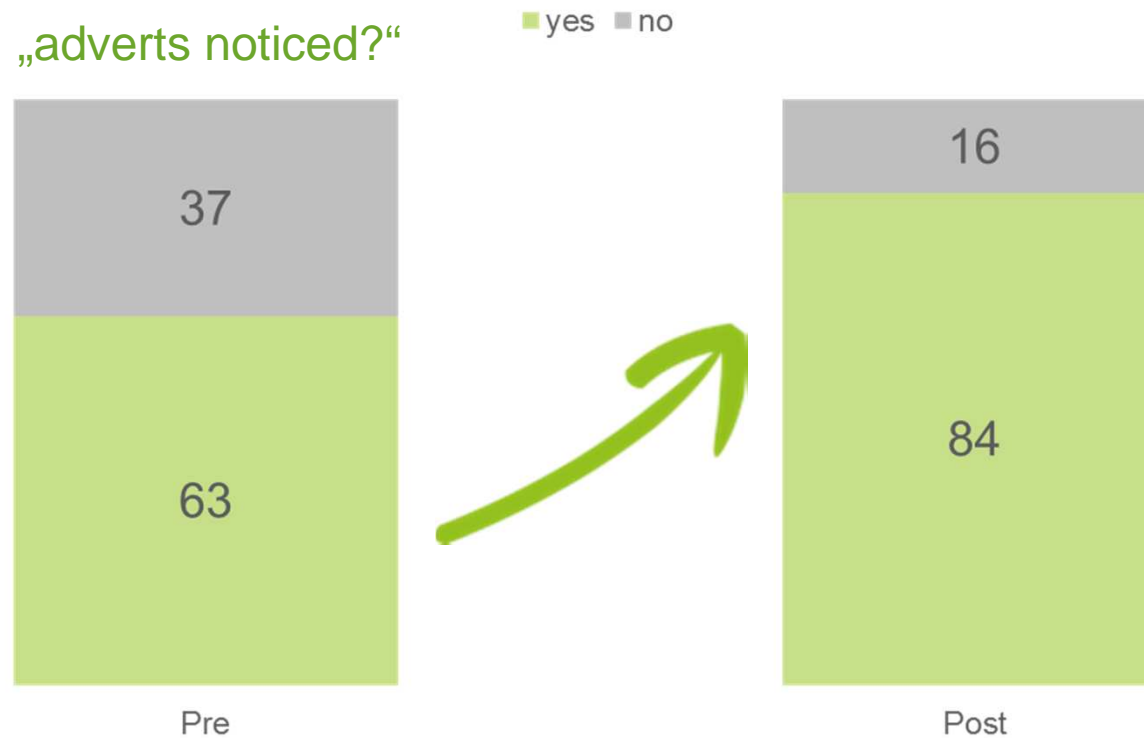
Direct mailing to specifiers - 35,000 copies of each edition Starke Seiten/PVC TODAY – magazine, telling emotional stories about benefits of products



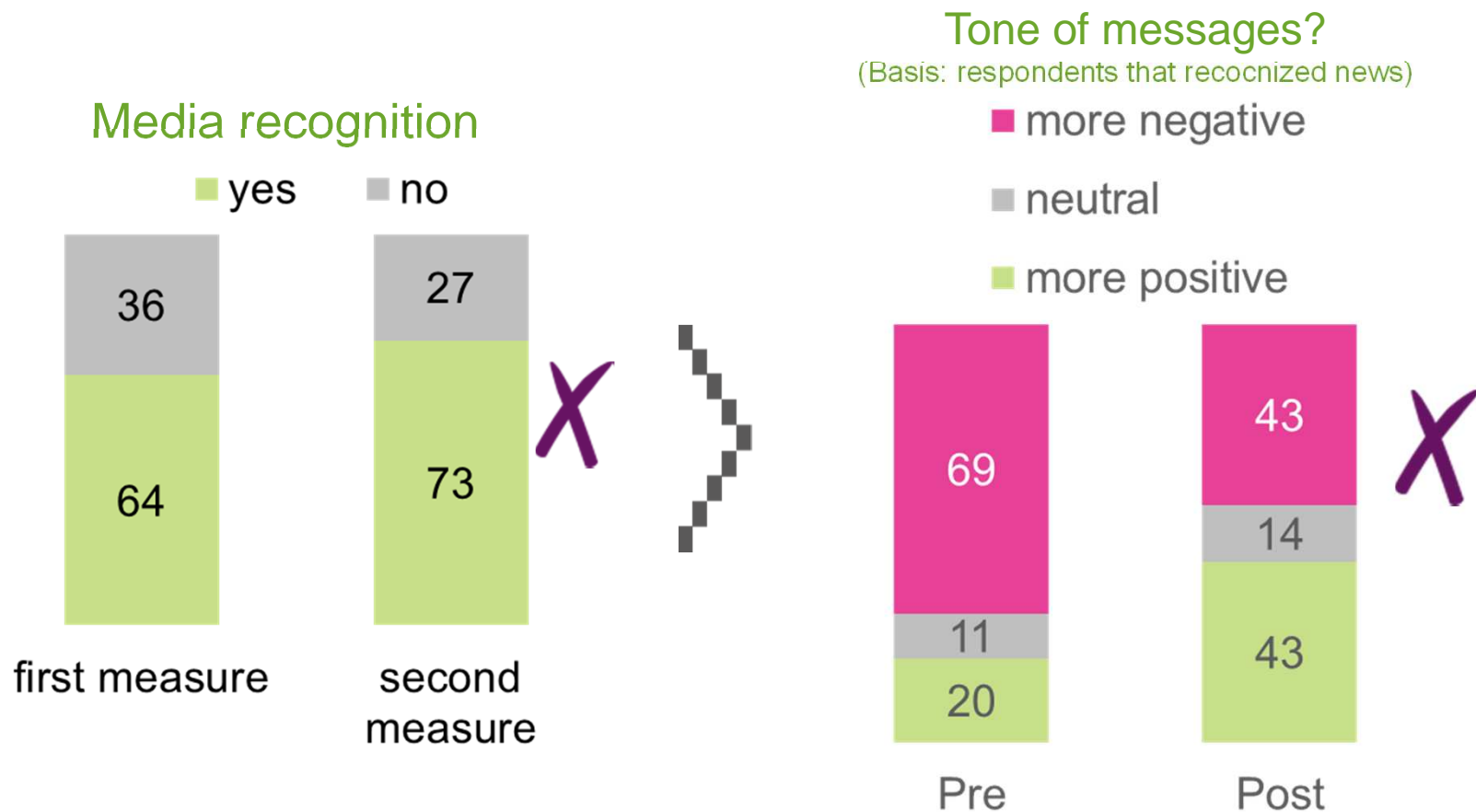


## 4) Evaluation

Recognition of advertisements significantly increased to 84%



# Media recognition of „soft PVC“ increased to some extent, from perspective of respondents: tendency to more positive messages



Question: Have you recently heard, seen or read reports or contributions all around Soft-PVC? / And were the reports about Soft-PVC rather positively or rather negatively?  
 Basis: All respondents (initial questioning: =86; n=79); and respondents with media recognition (n=55 bzw. n=58); Values in %

## 5) Financial contributions





---

## 6) Summary

Comprehensive communications concept:

- Emotional promotion of benefits,
- Trust building with stakeholders

Addressing Germany in 2011

- Target met “Stop Erosion”
- Recommendation to continue 2012
- Option to extend to Europe 2012

# Our team:



*Werner Preusker*



*Jens Elfgen*



*Fatma Kayacik*



*Partner for Communications*



*Ursula Losem*



*Michael Friedrichs*



*Iris Pohl*



*Michael Vetter*



*Julia Gogos*



*Morris Aberham*



*Eva Hermann*



*Maïke Breypohl  
van den Boom*

*External consultants*



Partner for Communications

## PVCPLUS - YOUR PARTNER FOR COMMUNICATIONS

Do you work with, or on behalf of, PVC?  
Would you like to see the value of your product optimised? Then we can offer you our expertise in a full range of communication services: starting from simple workshops and one-off publications through to the development of sophisticated integrated communication campaigns. PVCplus is a respected communications specialist with a well-established reputation in the PVC industry, with its key PVC stakeholders and consumers.



## PVCPLUS OFFERS YOU:



### ✓ **NETWORKING** – *our contacts can be your advantage*

Together with you, we can organise events to directly address important target groups. With its own events PVCplus has been able to build up a network of strong personal connections with important decision-makers in politics, science and industry management both within Germany and its federal districts, at a European level, and within important sectors of industry (i.e. automotive, building & construction and retail). As a service provider, you can gain access to our valuable PVCplus networks.

### ✓ **WORKSHOPS** – *your subject presented by us, together with you*

We have a wealth of experience in different workshop formats, covering a range of subjects. We have repeatedly demonstrated our success in attracting the right target groups and, using our qualified key note speakers, engaging them in meaningful discussions that enable us to effectively deliver our messages.



### ✓ **TRAINING** – *we can share our experience with you*

PVCplus offers premium quality seminars on topical subjects, like sustainable development, lobbying work at an EU-level, or in dealing with the media. These can either be as a one-off programme or at regular intervals as part of an ongoing service. We can tailor our service to meet your specific individual needs. Our close contacts with experts in the political & media arenas, and within the PVC sector,





can provide you with the specific and highly optimized training opportunity that you need.

✓ **MAILINGS** – *trade on our reputation*

We can develop direct mailings to important target groups on your behalf. We have grown a reputation as a credible source of information with our own mailings to important PVC decision-makers. With our extensive, constantly updated, data bank you can be sure of always reaching the right contacts with your mailing, whether you need to reach decision-makers from industry, environmental health officers, politicians or opinion leaders from politics, economy, science or media.

✓ **PVC TODAY** – *our strength can be your strength*

“PVC Today” is our premium quality magazine featuring PVC products and its producers, with a unique reach of 30,000 decision-makers like architects, construction departments, trade, authorities and the media.

In PVC Today you can find exciting stories and information concerning every aspect of PVC as a material. You can use this attractive, highly respected, medium to persuade your customers of the strength and versatility of your products using an editorial contribution or in the form of a tailored edition developed especially for your own dedicated mailing.



✓ **CAMPAIGNS** – *use our PR tools*

With each new campaign that it develops for its clients, PVCplus' expertise grows as a powerful advocate for PVC products. Draw on our expertise, and the bank of materials that we have developed. Whether posters, advertisements, master presentations, our photo archive or website: the modular box of building blocks we have developed offers you excellent tools for your communication projects and to increase your sales.

✓ **WE KNOW NO BORDERS** – *europe-wide*

The European PVC sector trusts in the professionalism of PVCplus as communication specialists. We have an established network of pan-European experts and a track record of managing successful EU-wide projects and campaigns. You can also rely on our international capabilities concerning "vinyl".

**You'll find further information at [www.pvcplus.net](http://www.pvcplus.net).**

*We would be delighted to meet you and have the opportunity of explaining our services to you in person without any obligation.*

*We'll keep it uncomplicated and to the point.*

*PVCplus*

*Kommunikations GmbH*

*Am Hofgarten 1-2, D-53113 Bonn*

*Phone: +49 228 23 10 05, Fax: +49 228 5 38 95 96*

*[www.pvcplus.net](http://www.pvcplus.net), [pvcplus@pvcplus.net](mailto:pvcplus@pvcplus.net)*

