



## REWITEC startet durch Innen Hui, außen Hui



„Innen Hui, außen Hui“ heißt es ab sofort bei REWITEC. Nicht nur Logo und Anmutung haben sich verändert. Auch die Darreichungsformen sind neu. Während für den industriellen Bereich nach wie vor Individualmixturen nach jeweiliger Spezifikation zusammengestellt werden, ist das neue Standardprodukt für die Verbraucher der REWITEC-PowerShot. In 60ml befindet sich alles, was einen Verbrennungsmotor von 600 bis 2000ccm glücklich macht: Metallsilikate mit der wissenschaftlich bewiesenen Wirkung. Mehr Laufruhe, weniger Verschleiß, weniger Vibration, weniger Verbrauch, mehr Leistung. Bei Verbrennungsmotoren über 2000ccm müssen übrigens



zwei PowerShots ins Motoröl. Diese Anwendung reicht für 10.000 Kilometer. Den REWITEC-PowerShot gibt es im Fachhandel bereits für unter 10,00 €.

Mit dem neuen PowerShot macht REWITEC auch Verbraucherinnen und Verbrauchern den Einstieg in eine Technologie möglich, die bisher nur der Industrie, Windenergieerzeugern, Reedereien und einem kleinen Kreis von Eingeweihten bei Oldtimerliebhabern und in der Schrauberszene zugänglich war. Das Funktionsprinzip von REWITEC ist dabei einleuchtend und einfach. Spezielle Metallsilikate sind der wirksame Hauptbestandteil. Diese verbinden sich unter Druck und Hitze

mit der Oberfläche von Motor, Getriebe & Co. Im Ergebnis steht eine glattere und lauffreundlichere Oberfläche - durch Gutachten bestätigt, sichtbar im mikroskopischen Bild.







Das neue Design von REWITEC sollte dabei nicht nur anders als vorher sein. Hochwertig, aber nahbar. Technisch, aber mit viel Emotion und Vertrauen. Und ganz viel Glaubwürdigkeit. Diese und weitere Aufgaben stellte REWITEC-Chef Stefan Bill der mittelhessischen Kommunikationsagentur PublicElements, die zur Unternehmensberatungsgruppe Dr. Ruhrmann und Partner aus Gießen gehört. Unter der Leitung von Geschäftsführer Martin Lutz löste das Team den Entstehungsprozess - in weniger als 8 Wochen.

Los ging es mit einem moderierten Prozess mit allen an Vertrieb und Kommunikation beteiligten REWITEC-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Hier entstand eine

gemeinsam getragene Analyse zur Position und zur Mission, sowie ein gemeinsames Ziel. Mit diesen Vorgaben entstand eine neue Anmutung, ein neues Design von REWITEC.



Im Mittelpunkt stehen der Tropfen und der Schriftzug. Anhand dieser kann die Anwendung und Wirkweise von REWITEC vollständig erklärt werden: Das Fluid, das zwischen zwei Flächen eine Veredelung aufbaut. Diese Vereinfachung in der Kommunikation ist eine wesentliche Säule des zukünftigen Marktauftritts: REWITEC will klar verstanden werden.

Eine weitere Säule in der neuen Kommunikation, die aus einem klassischen und multimedialen Mix und weltweiter Nationalisierung besteht, ist die Präsentation von relevanten Gewährsleuten. Echte Zeugen, Menschen wie Du und ich und Prominenz aus Industrie, Sport und Politik, sagen aus, was ihr Erlebnis mit REWITEC war. Und hier gab es eine Überraschung: Während man andernorts so genannten Testimonials förmlich hinterherlaufen muss, ist es für die REWITEC Kunden und Partner Bedürfnis und Ehrensache,



bestes Zeugnis über REWITEC abzulegen. Jeder Anfrage nach einem Interviewtermin, jeder Bitte um Verwendung von Stellungnahmen zu REWITEC wurde entsprochen.

Es scheint sich doch zu bewähren, mit höchster kaufmännischer Seriosität und ingenieurtechnischem Sachverstand seine Ziele zu verfolgen: REWITEC als wirksames und zuverlässiges Produkt weiter nach vorne zu bringen.

