

EgoKiefer AG

Projekt: „Klimaschutz inbegriffen“ – Bärenstarker EgoKiefer Auftritt

Mit ihrem neuen Dachauftritt verfolgt EgoKiefer, die Nr. 1 im Schweizer Fenster- und Türenmarkt, verschiedene Ziele. Seit Jahrzehnten aktiv im Umweltschutz, will das Unternehmen mit einer neuen Bildwelt den Markterfolg und Bekanntheitsgrad als Schweizer Qualitätsmarke steigern und gleichzeitig das Klimaschutz-Bewusstsein weiter schärfen. Entsprechend dem Motto „besondere Produkte verdienen eine besondere Präsentation“ lancierte EgoKiefer den neuen Dachauftritt anlässlich der Swissbau 2010 zusammen mit der Markteinführung der neuen EgoKiefer Fensterlinie AllStar AS1®. Involvierte Agentur: freicom ag, St. Gallen, Fotografie: Gerry Hofstetter, Lightartist, Zumikon.

Lichtkünstler stellt EgoKiefer ins Rampenlicht

Mit der neuen Bildwelt forciert EgoKiefer die Kommunikation einzigartiger Mehrwerte des Unternehmens und der Produkte. Die Positionierung als Energiespar- und Sanierungsprofi in der Fenster- und Türenbranche wird dadurch weiter geschärft. Die Visualisierung der EgoKiefer Umweltleistung übernahm der international bekannte Lichtkünstler Gerry Hofstetter. Im September 2009 reiste er mit seinem Team in die Arktis und verzauberte Eisberge mit Lichtprojektionen arktischer Tiere, um so die Schönheit der Natur aber auch deren durch den Klimawandel bedrohte Existenz herauszustreichen. Mit den Bildern werden die Tiere zu Botschaftern der zahlreichen Mehrwerte und vor allem der Umweltleistung, die EgoKiefer mit seinen Produkten bietet. EgoKiefer Fenster und Haustüren reduzieren den Energieverbrauch einer Immobilie beträchtlich und leisten dadurch einen messbaren und nachhaltigen Beitrag zum Klimaschutz. Dieses einzigartige Kommunikationskonzept mit Lightart visualisiert die Multifunktionalität und bestechende Ökoeffizienz der EgoKiefer Produkte auf emotionale Weise.

Kunden als Klimaschützer

Das Konzept der involvierten Agentur freicom aus St. Gallen, basiert auf der von EgoKiefer und Hofstetter Marketing entwickelten Grundidee «Klimaschutz inbegriffen». Es konnte für die Produktlancierung optimal eingesetzt werden, und hat sich nahtlos in die gesamte Unternehmenskommunikation eingefügt. Damit konnte eine Geschichte erzählt werden, die im gesamten Unternehmen gelebt wird. Anstatt Einzelmassnahmen werden Umweltgedanke, Idee und Ausführung in einen stringent umgesetzten Marketing-Mix integriert, basierend auf dem Versprechen "Klimaschutz inbegriffen". EgoKiefer leistet einen Beitrag an den Klimaschutz und macht seine Kunden zu Klimaschützern.

Positionierung als Sanierungs- und Energiesparprofi

Nebst dem wichtigen Ziel, sich als Sanierungs- und Energiesparprofi zu positionieren, der ein nachhaltiges Umweltengagement durch ökoeffiziente Produkte und verantwortungsvolles Handeln leistet, wurde auch die erfolgreiche Lancierung der neuen Fensterlinie AllStar AS1® an der Messe Swissbau 2010 angepeilt. Die Resultate können sich sehen lassen: Die Zahl der Standbesucher an der Baumesse konnte signifikant gesteigert werden, laut einer ISOPUBLIC Umfrage gilt dasselbe auch für den Bekanntheitsgrad des Unternehmens. Die Kundenzufriedenheit wurde auf hohem Niveau gesichert und in einzelnen Bereichen sogar verbessert. Die Verkaufszahlen wurden gesteigert, neue Vertriebspartner gefunden und die Medienresonanz übertraf alle Erwartungen. Alles in allem ein ganzheitlich integriertes Konzept, das den Umweltgedanken ins Zentrum stellt und dank der emotionalen und innovativen Bildwelt von Gerry Hofstetter einen einmaligen Wiedererkennungswert erhält. Die technische Umsetzung sämtlicher Kommunikationsinstrumente erfolgte durch die St. Galler Agentur freicom.

Fazit: Ein innovatives und integratives Konzept mit klarer, aktueller Positionierung, die das Unternehmen EgoKiefer als Nr.1 im Schweizer Fenster- und Türenmarkt weiter stärkt.

www.egokiefer.ch

www.hofstetter-marketing.com

www.freicom.ch