

News

Ganzheitliche Markenkampagne für unseren Neukunden Fitzner

Hamburg, 18.12.2108. „Cutterstrophe abgewehrt“, „Steak it easy“ oder „Die Lizenz zum Lötén“: Mit frischen und frechen Sprüchen wie diesen macht Fitzner aktuell auf seine Produkte aufmerksam – prangen die Slogans doch auf Arbeitshandschuhen der Marke PRO FIT®, dem Kernprodukt des mittelständischen Familienunternehmens aus Preußisch Oldendorf. Fitzner, im B2B-Business angesiedelt, gehört zu den TOP-10-Unternehmen für Arbeitsschutz in Deutschland.

Entwickelt wurde die aufmerksamkeitsstarke und integrierte Kampagne gemeinsam mit uns. Wir betreuen Fitzner seit rund sechs Monaten als Neukunden. Der innovative und moderne Markenauftritt setzt ein Ausrufezeichen in einem immer härter werdenden Markt, der zunehmend von großen Systemlieferanten mit Rahmenverträgen dominiert wird. Ziel war die Schaffung eines klar erkennbaren Profils mit der entsprechenden Reichweite und Awareness für die noch junge Marke PRO FIT® sowie die Steigerung des Abverkaufs.

„Unsere Idee ist, die qualitativ hervorragenden Produkte von Fitzner mit einem guten Schuss Humor zu inszenieren“, sagt Jan Rexhausen, unser Geschäftsführer Kreation. „Auf diese Weise sind uns plakative Statements gelungen, die auf der einen Seite Spaß machen, auf der anderen Seite aber Innovation und Funktion ins Rampenlicht holen.“

Geschaltet werden die Motive als Print-Anzeigen in Fachmedien, digital eingesetzt über Display-Ads auf Branchen-Websites, in Newsletter und Mailings. Die Homepage von Fitzner (fitzner.de) präsentiert sich nach Relaunch in neuem Look.

Den Auftritt orchestrierte PINC MEDIA, unsere Inhouse-Mediaagentur. Die integrierte Mediastrategie verfolgt dabei ein zielgenaues Branchen-Targeting im Zusammenspiel mit dem neuen Online-Auftritt. 2019 sollen weiter Content-Aktionen folgen.

Kunde: Wilhelm Fitzner Arbeitsschutz e.K.

Marke/Produkt: PRO FIT®

Agentur: Pahnke Markenmacherei

Verantwortlich auf Agenturseite:

Alexander Sorge (Director Marketing Consulting)

Jan Rexhausen (Geschäftsführer Kreation)

Katja Kahlfuss (Geschäftsführerin Pinc Media)

Katrin Flügel (ECD)

Cornelius Thamm (Brand Consulting)

Kristina Fehlau (Pinc Media & Communication Consulting)

Carolin Herbst (Campaigning Art)

Lorena Schmitz (Campaigning Art)

Michael Zimmermann (CD Text)

Rene Völz (Campaigning Text)

Anja Junkersfeld (Strategie und Konzeption)

Inga Stabenow (Strategie und Konzeption)

Ralf Schweizer (Leitung Produktion)

Derk Buß (Produktion)

Goran Pandza (RZ)

Philipp Kwaschnik (RZ)