

GIRA

Gira startet Kommunikationsoffensive

Technik trifft auf Emotion

Radevormwald, 24. Juni 2021. Wer in diesen Tagen aufmerksam Radio hört, wird auch immer wieder dem Schalterhersteller und Gebäudetechnikspezialisten Gira (www.gira.de) aus Radevormwald begegnen. In 34 öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosendern in Deutschland und Österreich – darunter die Sender WDR 2, 1Live oder SWR 3 – läuft seit Anfang Juni ein Spot, mit dem das Technologieunternehmen aus dem Bergischen Land vor allem Endverbraucher ansprechen und für die Designmarke interessieren möchte. „Wer sich nicht beruflich mit Steckdosen und Schaltern beschäftigt, weiß meistens nicht, welche Fabrikate in den eigenen vier Wänden verbaut sind, obwohl er sie jeden Tag zigfach benutzt“, erklärt Torben Bayer, bei Gira für Markenführung und Marketing verantwortlich. Der Mittelständler hat daher gemeinsam mit der Düsseldorfer Kreativagentur thjnk eine groß angelegte Image-Kampagne gestartet, um die Marke Gira im Kopf der Konsumenten weiter zu verankern. Die Emotionalisierung von Technik spielt dabei die Schlüsselrolle.

Marke erlebbar machen

Dementsprechend setzt die Gestaltung der Kampagne, die inhaltlich auf die Gira Kompetenzen in den Bereichen „Smart Home“ und „Design“ abhebt, ganz auf emotionale Ansprache. Dazu geht das Unternehmen einen für die Elektrobranche ungewöhnlichen Weg, indem es technische Lösungen in gefühlvolle Bilder und Texte übersetzt, die berühren sollen. „Ganz bewusst lassen wir Ingenieurskunst auf Herzblut, Innovationen auf Leidenschaft, Technik auf Gefühle treffen“, betont Marketingchef Bayer. „So wollen wir die Werte, für die unsere Marke steht, für Endverbraucher erlebbar machen.“

GIRA

Kommunikationsoffensive auf breiter Front

Dabei setzt Gira nicht alleine auf Hörfunk-Werbung, sondern ist auf nahezu allen Kanälen unterwegs. In reichweitenstarken Zeitschriften und Zeitungen, auf Online-Portalen, in Social Media-Netzwerken und an Verkaufspunkten will der Gebäudetechnikspezialist bis in den April 2022 ein Millionenpublikum in Deutschland, Österreich und ab dem Spätsommer in den Niederlanden erreichen. „Mit unserem Radio-Spot haben wir innerhalb der ersten zehn Tage mehr als 90 Millionen Kontakte erreicht“, berichtet Torben Bayer. „Dies ist umso erfreulicher, als unsere wichtigsten Zielgruppen, wie unsere Vorabrecherchen ergeben haben, eine ausgeprägte Affinität für das Medium Radio haben.“ Auch auf den anderen Kanälen spricht die Gira Kampagne ein großes Publikum an. So haben die Kampagnen-Videos des Mittelständlers auf YouTube in den ersten vier Wochen mehr als 50 Millionen Klicks erzielt. „Auf Facebook haben wir im selben Zeitraum über eine Million Menschen erreicht und mit unseren Print- und Onlineanzeigen zusammen rund 23 Millionen Kontakte“, ergänzt Torben Bayer.

Bildunterschrift

Technik trifft auf Emotion, Ingenieurskunst auf Herzblut, Innovation auf Leidenschaft: Mit einer breit angelegten Kommunikationsoffensive, die bis ins Frühjahr 2022 läuft, möchte Gebäudetechnikspezialist Gira seine Marke weiter in den Köpfen der Endverbraucher verankern. (Foto: thjnk)
[\[2106024_Gira_Image-Kampagne_01.jpg und 2106024_Gira_Image-Kampagne_2.jpg\]](#)

„Wir sind die mit den Schaltern ... , aber auch noch so viel mehr“ – über Gira

Die Gira Giersiepen GmbH & Co. KG (www.gira.de) mit Sitz in Radevormwald zählt zu den führenden Komplettanbietern intelligenter Systemlösungen für die elektrotechnische

GIRA

und vernetzte digitale Gebäudesteuerung. Mit seinen zahlreichen Entwicklungen prägt und beeinflusst das Familienunternehmen seit seiner Gründung im Sommer 1905 die Welt der Elektroinstallation und Gebäudesteuerung. Der zukunftssträchtigen Entwicklung zu intelligent vernetzten „Smart Building Systemen“ und zur Digitalisierung von Gebäuden hat Gira als „Smart Home“-Pionier der ersten Stunde mit vielfältigen Innovationen wie etwa dem Gira HomeServer von Beginn an maßgebliche Impulse gegeben. Dabei stehen Gira Produkte und Lösungen für deutsche Ingenieurskunst, für Qualität „Made in Germany“, für nachhaltige Prozesse bei ihrer Herstellung und einen möglichst umwelt- und ressourcenschonenden Betrieb, für Perfektion in Form und Funktion – vor allem aber dafür, dass sie den Menschen das Leben ein Stück einfacher, komfortabler und sicherer machen. Nicht umsonst finden Schalter, Steuerungs-, Kommunikations- und Sicherheitssysteme von Gira heute in rund 40 Ländern Anwendung, etwa in der Hamburger Elbphilharmonie, im Olympia-Stadion in Kiew, im Stephansdom in Wien und im Banyan Tree Hotel in Schanghai. Dank des umfassenden Know-hows im Bereich Kunststofftechnik stellt Gira heute zudem komplexe Systemprodukte aus Kunststoff für die Medizintechnik her. Zur Gira Gruppe gehören darüber hinaus die Tochtergesellschaft Stettler Kunststofftechnik in Burgwindheim sowie die Beteiligungen Insta Elektro in Lüdenscheid, das Softwareunternehmen ISE in Oldenburg und die Start-up-Firma Senic in Berlin. Zusammen erwirtschaften damit ca. 1.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen Jahresumsatz von 370 Millionen Euro (2020).

Weitere Informationen:

Gira Unternehmenskommunikation
-Pressebüro-
KommunikationsKonsortium
Dr. Carsten Tessmer
Tel.: +49(0) 40 2800 6583
gira@kommunikationskonsortium.com

Dario Hudr
Tel.: +49(0) 2195 602 6897
dario.hudr@gira.de

GIRA

Mehr zum Unternehmen und zur intelligenten Gebäudetechnik von Gira erfahren Sie auch unter: www.gira.de