

Presseinformation

**FUHR Marketing-Kampagne
„Wenn es richtig gut ist, ist es von FUHR“**

Dezember 2019

Seite 1 von 5

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

CARL FUHR GmbH & Co. KG Schlösser und Beschläge · Leitung Marketing: Andrea Banning
Carl-Fuhr-Straße 12 · D-42579 Heiligenhaus · Tel.: +49 2056 592-0 · Fax: +49 2056 592-384 · www.fuhr.de · info@fuhr.de

FUHR

Presseinformation

160 Jahre FUHR. Ein Grund zum Feiern und der Anlass für eine neue Marketing-Kampagne.

Mit dem Jubiläum fiel auch der Startschuss für eine neue Werbekampagne. Mit einem völlig neuen Look, den viel Sympathie und ein Augenzwinkern kennzeichnen, startet der Verriegelungsspezialist in der zweiten Jahreshälfte 2019 seine neue Marketing-Kampagne. Sichtbar u. a. auch wieder in ausgewählten Fachzeitschriften der Branche.

Die neue Kampagne setzt in besonderer Form ein Zeichen. Denn sie ist deutlich anders als bisher und markiert einen Wendepunkt in der Kommunikation für FUHR. Ähnlich wie vor 10 Jahren, als FUHR mit dem 150-jährigen Jubiläum ebenfalls einen deutlichen Richtungswechsel in seiner Kommunikation vorgenommen hatte. Andrea Banning, Marketingleiterin, erinnert sich noch sehr gut daran. „Alles fing mit der Planung der Jubiläumsveranstaltung an. Wir suchten u. a. nach einem Jubiläumslogo und hatten am Ende darüber hinaus eine neue Werbekampagne auf dem Tisch.“

FUHR setzt Ausrufezeichen

In der Vergangenheit präsentierte sich FUHR mit einer technisch orientierten Produktwerbung, in der ausgewählte Highlight-Produkte beworben wurden. Im Mittelpunkt standen jeweils die technischen Produktvorteile und der damit verbundene Anwendernutzen. Dabei war es für FUHR immer wichtig, auch über eine hohe Anmutungsqualität die Kern-Markenwerte zu kommunizieren. „Diesen Anspruch haben wir konsequent mit unseren Kampagnen verfolgt. Werte wie Qualität, Zuverlässigkeit, Präzision und Innovation wurden glaubwürdig über den Ansatz Markenwerbung am Produkt realisiert“, so Andrea Banning.

FUHR gilt als traditionsbewusstes Unternehmen, das sich schon lange den Ruf eines Spezialisten erworben hat und anerkanntermaßen für Qualitätsprodukte steht. Auf dieses Image zahlten bisher alle Werbemaßnahmen ein. Sichtbar wurde das auch bei aufmerksamer Beobachtung auf den aufwändigen Messeauftritten, allen voran auf der Messe FENSTERBAU FRONTALE in Nürnberg. In Halle 4 gilt FUHR als gesetzte Größe und überzeugt seit Jahren kontinuierlich mit einem Messestand, der in hochwertiger Ausführung auf eine streng systematisierte sowie anwenderorientierte Produktpräsentation setzt. Das konsequente Branding des FUHR Standes wirkt differenzierend und erfüllt den Anspruch eines klaren Markenauftrittes an einem der wichtigsten Touchpoints.

Andrea Banning sieht das durchaus auch als ein Ausrufezeichen, das FUHR vor Ort setzt. Vor allem weil sich FUHR als unabhängiges Unternehmen in einem Markt behauptet, der von Zusammenschlüssen und einem harten Wettbewerb gekennzeichnet ist.

Besonders der Messeauftritt zeigt, über welche Produktvielfalt das FUHR Portfolio verfügt und mit welcher Dynamik neue Produkte entwickelt werden. Nicht zuletzt wird hier auch die Handschrift von

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

CARL FUHR GmbH & Co. KG Schlösser und Beschläge · Leitung Marketing: Andrea Banning
Carl-Fuhr-Straße 12 · D-42579 Heiligenhaus · Tel.: +49 2056 592-0 · Fax: +49 2056 592-384 · www.fuhr.de · info@fuhr.de



Presseinformation

Andreas Fuhr deutlich, der seit einigen Jahren das Unternehmen führt und somit auch die Rahmenbedingungen für die neue Kampagne geschaffen hat.

Das neue Gesicht der FUHR Werbung: selbstbewusst mit viel Sympathie

Wirksame Kommunikation lebt erst einmal davon, schnell Aufmerksamkeit zu erzielen. Das erfüllen die neuen Werbemittel, wie Anzeigen oder eine Microsite, sofort. Erstmals steht im Mittelpunkt nicht das Produkt, sondern ein virtuelles Testimonial, stellvertretend für die unterschiedlichen Personengruppen, die mit FUHR Produkten zu tun haben oder in Kontakt kommen. Zuletzt sorgt die zentrale Kampagnenaussage für die gewünschte Aufmerksamkeit: **Wenn es richtig gut ist, ist es von FUHR.** Das ist eine selbstbewusste Aussage, mit der die Attraktivität der Marke FUHR unterstrichen werden soll. Sie beruht auf der nachweislichen Qualität der Produkte und kann nur deshalb so formuliert werden. „Die Aussage ist durchaus keck formuliert, aber eben belegbar. Das war für uns die zentrale Entscheidungsgrundlage“, betont Andrea Banning lächelnd. Sie sagt weiter: „Sie ist so etwas wie die charmante Formulierung unseres Selbstverständnisses.“

Die neue Marketing-Kampagne startet mit farbigen Fachanzeigen und einer sehr nutzerfreundlich gestalteten Microsite (www.fuhr-richtig-gut.de), auf der weiterführende Informationen zu der Kampagne und den beworbenen Produkten bereitgestellt werden. Dort erwartet die Interessenten die neue Welt der FUHR Vielfalt. Alle Anzeigenmotive zeigen Produkte, die das Spezialisten-Image untermauern, aber auch in Richtung Zukunft weisen. Die hier erstmals eingesetzten virtuellen Testimonials führen Interessenten auf der Microsite zu ergänzenden Produkt- und Anwendervorteilen. Charakteristisch für die Kampagne sind auch streng geometrische Farbflächen, die stellvertretend für den Systemgedanken bei den FUHR Lösungen stehen. Zuletzt wurde auch das Anzeigenformat gewechselt, von einem Hoch- auf ein Querformat. Selbstverständlich wird die neue Kampagne auch das Erscheinungsbild der Messeauftritte bestimmen. Schon im Januar 2020 gibt es auf der Polyclose in Gent einen Vorgeschmack. Auf der FENSTERBAU in Nürnberg wird der neue Auftritt dann in Gänze sichtbar und die neue Kampagne vollständig erfahrbar werden.

Zuletzt: Die Kampagne konzentriert sich auf einen zukunftsorientierten Themen- und Produktmix, was u. a. durch die speziellen Lösungen im Segment SmartHome-Anwendungen sichtbar wird. Wie bspw. das Motiv mit dem Zutrittskontrollsystem SmartConnect door, einer smarten Video-Türsprechanlage, die für überzeugenden Komfort und Sicherheit steht. Obwohl sich die Kampagne vorrangig an Fachzielgruppen richtet, ist damit durchaus auch die Ansprache interessierter Endanwender möglich. Andrea Banning: „Wir haben das ganz bewusst berücksichtigt, weil wir eben Produkte anbieten, wie bspw. SmartConnect door oder den Fingerscan multiscan go, die durchaus ein Endanwender bei uns suchen oder sich aber durch einen Hinweis eines Verarbeiters auf unserer Website ansehen kann. Und hier soll er sich auch angemessen wiederfinden.“

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

CARL FUHR GmbH & Co. KG Schlösser und Beschläge · Leitung Marketing: Andrea Banning
Carl-Fuhr-Straße 12 · D-42579 Heiligenhaus · Tel.: +49 2056 592-0 · Fax: +49 2056 592-384 · www.fuhr.de · info@fuhr.de



Presseinformation



Abb. 1: Andrea Banning
Bildunterschrift: Marketingleitung, Heiligenhaus (Foto Kontakt)



Abb. 2: Neue Anzeigenmotive, beispielhaft
Bildunterschrift „Wenn es richtig gut ist, ist es von FUHR“. Die selbstbewusste Werbebotschaft wird über verschiedene Testimonial-Motive mit ausgewählten Highlight-Produkten aufmerksamkeitsstark transportiert.

FUHR Renovierungslösung | FUHR DuoSecure Technik | FUHR multiscan go



Abb. 3: Jubiläumslog

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

CARL FUHR GmbH & Co. KG Schlösser und Beschläge · Leitung Marketing: Andrea Banning
Carl-Fuhr-Straße 12 · D-42579 Heiligenhaus · Tel.: +49 2056 592-0 · Fax: +49 2056 592-384 · www.fuhr.de · info@fuhr.de



Presseinformation

Sofern nicht gesondert gekennzeichnet, liegen alle Bildrechte bei CARL FUHR GmbH & Co. KG, Heiligenhaus

Seite 5 von 5

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

CARL FUHR GmbH & Co. KG Schlösser und Beschläge · Leitung Marketing: Andrea Banning
Carl-Fuhr-Straße 12 · D-42579 Heiligenhaus · Tel.: +49 2056 592-0 · Fax: +49 2056 592-384 · www.fuhr.de · info@fuhr.de

