

ERNST - PRESSEMITTEILUNG

ERNST. Machen. Mit einer neuen Kommunikations-Offensive.

Hagen, 01.05.04 - Mit einer offensiven Marketingkampagne bietet ERNST der Überschwemmung mit Billig-Produkten im Markt erfolgreich Paroli.

Premium-Qualität wird bei ERNST immer ganzheitlich verstanden und in Spitzenprodukte umgesetzt, die mit hoher technischer Kompetenz stetig weiter entwickelt werden. Premium-Qualität bestimmt das Denken und Handeln bei ERNST und alle Aktivitäten des Unternehmens sind konsequent auf das Ziel ausgerichtet, oberste Kundenzufriedenheit zu erreichen.

Qualität zahlt sich immer aus – und steht daher auch im Mittelpunkt der Offensive. Das Bekenntnis zum Standort Deutschland mit all seinen Vorteilen wird in der Kampagne ebenso deutlich wie die Produktphilosophie, die vorsieht, dass nur aus hochwertigen Materialien gefertigt wird. Der Werkzeugbau und die hoch automatisierte Fertigung führen darüber hinaus zu einer 100%igen Passgenauigkeit. Die hohe Qualität der Produkte und die technische Kompetenz stehen im Vordergrund der Kampagne.

Der aufmerksamkeitsstarke Auftritt wird durch eine veränderte Corporate Identity des Unternehmens unterstützt und zieht sich konsequent durch alle Medien. Angefangen beim Premium-Siegel als neuem Logo für Premium-Qualität über neu entwickelte Produktbroschüren, die als Argumentationsleitfaden den Abverkauf unterstützen sollen, bis hin zum Katalog und zu neuen Messe-Auftritten wurde alles geändert.

Zur Intensivierung der Kommunikation mit den Kunden aus Handel und Werkstatt gibt es einen neuen Newsletter. Der Name „Reflexionen“ ist Programm, denn hier vermittelt ERNST Informationen aus erster Hand in Verbindung mit interessanten Hintergrundberichten. Unter der e-mail-Adresse reflexionen@ernst-hagen.de können die Partner mit dem Unternehmen in den Dialog treten.