

GIRA

Neuer Auftritt

„Gira 2030: Marke. Zukunft. Impulse“

Radevormwald, 16. März 2020. Die Haus- und Gebäudetechnik-Branche ist in einem tiefgreifenden Wandel begriffen. Dazu tragen zum einen die überaus dynamische technologische Entwicklung und die damit einhergehende zunehmende Digitalisierung nahezu aller Lebensbereiche bei. „Gebäude werden durch die wachsende digitale Vernetzung und den breiten Einsatz von Sensorik intelligenter“, erläutert Torben Bayer, Leiter Markenentwicklung und Marketing beim Gebäudetechnikspezialisten Gira (www.gira.de). „Das Internet der Dinge und die künstliche Intelligenz gewinnen stark an Bedeutung für die vernetzte Steuerung smarter Gebäude. Wenn wir in zehn Jahren bei Gira unser 125-jähriges Unternehmensjubiläum feiern, werden sie ganz sicher fester Bestandteil der Architektur sein, auf das keiner in unserem Wohn- und Arbeitsumfeld mehr verzichten möchte.“

Zum anderen haben sich die Kaufentscheidungsprozesse bereits in den letzten Jahren deutlich verändert. Längst verlassen sich Endkunden nicht mehr allein auf die Empfehlungen und die Beratung von Elektroinstallateuren, Architekten und Planern, sondern sie wollen selbst ein gewichtiges Wort bei der Auswahl innovativer, smarter Steuerungstechnologie für ihr Zuhause mitreden. Dieser Wandel ist auch einem veränderten Wettbewerbsumfeld geschuldet: Großkonzerne der Digitalwirtschaft und Elektroindustrie wie Apple, Google oder Philips mit ihrer Bekanntheit und Marketingkraft tun viel dazu, dem „Smart Home“ und dem „Smart Building“ gerade beim Endverbraucher breite Akzeptanz zu verschaffen und dem entsprechenden Absatzmarkt deutlich größere Dimensionen zu verleihen. So soll laut Statista das Marktvolumen für das smarte Eigenheim allein in Deutschland von knapp 4,3 Mrd. Euro in diesem Jahr auf 6,7 Mrd. Euro im Jahr 2024 anwachsen. „Vor diesem Hintergrund kommt es für uns darauf an, unter Beweis zu stellen, dass wir unserer Branche wie bisher Impulse geben,

GIRA

dass unsere Lösungen auch in Zukunft Relevanz für die Menschen besitzen und diese begeistern“, betont Gira Marketingchef Bayer. „Denn wir begreifen die skizzierten grundlegenden Veränderungen in erster Linie als große Chance, unser Geschäft weiter auszubauen und unsere Bedeutung im Markt bis zu unserem 125. Geburtstag im Jahr 2030 und darüber hinaus merklich zu stärken.“

Der Gira Moment: mehr Lebensqualität, mehr Lebensgefühl

Dazu beitragen soll ein neuer, andersartiger Markenauftritt, den der international tätige Mittelständler gemeinsam mit der Düsseldorfer Agentur „thjnk“ entwickelt hat. Derart will der Systemanbieter smarterer Gebäudesteuerung ab Mitte März 2020 seiner Marke vor allem in Richtung Konsumenten mehr Strahlkraft verleihen. „Wir wollen deutlich machen, dass wir seit 1905 zwar ‚die mit den Schaltern‘ sind, aber eben inzwischen auch ganz viel mehr: Wir sind genauso ‚Feuermelder‘, ‚Türsteher‘ und natürlich schon seit den frühen 1990er Jahren ‚Smart Home‘-Pioniere“, erklärt Simone Kulla-Wolinsky, die bei Gira die Markenführung verantwortet. Ebenso soll der neue Auftritt ins Bewusstsein rücken, dass Gira sowohl für hochwertige Ingenieurskunst und intelligente Technologien wie zugleich stets auch für ein Stück Lebensqualität und emotionale Mehrwerte steht. „Mit unseren Lösungen werden nicht nur intelligente Gebäudetechnik und Qualität ‚Made in Germany‘ installiert, sondern zudem immer ebenso Sorglosigkeit, Wohlgefühl, Sicherheit, Kreativität und Freiheit – Lebensgefühle, die weit über das reine An und Aus beim Betätigen unserer Produkte hinausgehen und die uns einzigartig machen“, hebt die Leiterin Markenführung hervor. Diese Vielfalt der ganzen Welt zwischen An und Aus erlebbar zu machen steht im Zentrum des neuen Auftritts.

Emotional berühren, fachlich überzeugen

Mit dem neuen Markenauftritt setzt Gira bei Broschüren, Produktliteratur, Anzeigen, Websites, Messeauftritten, Showrooms und auf diversen Social Media-Plattformen bewusst auf eine unterschiedliche Ansprache von Partnern aus dem Elektrofachhandel und -handwerk auf der einen und Endverbrauchern auf der anderen

GIRA

Seite. Stehen in Richtung Fachpublikum technisch fundierte Sachargumente und ausdrucksstarke Produktinszenierungen im Kontext des typischen Arbeitsumfelds des Installateurs im Vordergrund, sollen Konsumenten mit authentischen People-Bildern, dem gekonnten Spiel von Licht und Schatten und dem gezielten Einsatz der Spektralfarben emotional angesprochen werden. „Über die reine Informationsvermittlung hinaus wollen wir hier vor allem berühren, überraschen, involvieren und neugierig machen, gleichzeitig aber auch Orientierung und Entscheidungshilfe geben“, erläutert Simone Kulla-Wolinsky. „Schließlich geht es uns bei Gira in erster Linie immer um Menschen: Für sie bieten wir technische Lösungen für ihr Zuhause, die ihre Bedürfnisse erfüllen, die ihnen ein gutes Gefühl bescheren, die ihnen ganz nach ihren Wünschen smartes Wohnen und Leben ermöglichen und die sie genau deswegen tatsächlich brauchen.“

Bildunterschriften

„Die ganze Welt zwischen An und Aus“: Der gezielte Einsatz der Spektralfarben versinnbildlicht die ganze Vielfalt dessen, wofür die Marke Gira steht – technologisches Know-how und deutsche Ingenieurskunst, Design-Schalter und innovative Anwendungen für das smarte Zuhause, emotionale Mehrwerte und Lebensgefühle, Bedienkomfort und Sicherheit, Funktionalität und Zuverlässigkeit.

(Fotos: Gira)

[\[200316_Gira_Markenauftritt_01.jpg\]](#)

GIRA

Der neue Gira Markenauftritt setzt auf eine differenzierte Ansprache von Fach- und Endkunden: Technisch fundierte Sachargumente stehen in Richtung Elektrofachhandel und -handwerk im Vordergrund, während die Endverbraucher mit authentischen People-Bildern, dem gekonnten Spiel von Licht und Schatten und dem gezielten Einsatz der Spektralfarben eher emotional angesprochen werden.

(Fotos: Gira)

[\[200316_Gira_Markenauftritt_02.jpg und 200316_Gira_Markenauftritt_03.jpg\]](#)

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 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 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 „Design Museum“ in London 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 Untersteinach bei Bamberg sowie die Beteiligungen Insta Elektro in Lüdenscheid, das Softwareunternehmen ISE in Oldenburg und das Start-up-Unternehmen Senic in Berlin. Zusammen erwirtschaften damit ca. 1.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen Jahresumsatz von mehr als 350 Millionen Euro (2019).

GIRA

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

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