



Deutscher Marken-Award für GANZ OHNE WERKZEUG

# Innovation trifft Kommunikation

**Für ihr Konzept und Produktprogramm GANZ OHNE WERKZEUG gewann die Unternehmensgruppe fischer den Deutschen Marken-Award 2020 in der Kategorie „Beste Markendehnung“. Die Auszeichnung zeugt von der erfolgreichen Marketingstrategie, durch die der Befestigungsspezialist mit seiner komplett neuen Sortimentsmarke seit ihrer Markteinführung bis heute weitere Zielgruppen und Marktsegmente erschließt.**

fischerwerke GmbH & Co. KG  
Unternehmenskommunikation

Klaus-Fischer-Straße 1  
72178 Waldachtal

„Durch überzeugende Markenführung konnten wir gemeinsam mit unseren Handelspartnern mit GANZ OHNE WERKZEUG neue Kunden hinzugewinnen und weitere Wachstumspotenziale erschließen“, sagt Michael Geiszbühl, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing Befestigungssysteme bei fischer. „Wir freuen uns sehr über den Deutschen Marken-Award als wichtige Anerkennung und Auszeichnung für unsere Mitarbeiter.“

2018 erweiterte fischer sein Kernsortiment an Kunststoffdübeln, Stahllankern, chemischen Befestigungssystemen, Schrauben und vielem mehr um GANZ OHNE WERKZEUG Produkte für werkzeuglose Do-It-Yourself-Projekte. Zusammen mit der begleitenden Kommunikation gelang es, mit den DIY-Lösungen Anwender neu anzusprechen, denen die Übung und das Werkzeug für Befestigungen, Reparaturen und Verschönerungen zuhause fehlen. „Grundlage für den Erfolg war, GANZ OHNE WERKZEUG als eigene Sortimentsmarke in den DIY-Märkten

zu positionieren. Dabei bauten wir auf der Bekanntheit und dem Image unserer Dachmarke auf, betonten aber gleichzeitig die Eigenständigkeit des neuen Konzepts und Programms“, betont Volker Amann, Bereichsgeschäftsführer Internationales Marketing. Dabei galt es, die Produktvorteile kommunikativ auf den Punkt zu bringen.

„So verständlich, wie unser neues DIY-Sortiment in der Handhabung ist, so kommunizieren wir dessen Vorteile auch dem Anwender“, verdeutlicht Jan Dienst, Produktmanager von GANZ OHNE WERKZEUG. Damit war die Ausgangsbasis für die einheitliche und authentische Außenwirkung der Sortimentsmarke geschaffen: Angefangen mit dem Signet – Hände, die Werkzeug ersetzen – über die selbsterklärenden Produktnamen, wie BILDER KRALLE oder MÖBEL RETTER, bis zu Blisterverpackungen, die sich vom Auftritt der fischer Dübel und Schrauben im Baumarkt unterscheiden, aber zugleich ihre Familienzugehörigkeit zum fischer Sortiment zeigen.

„Besonders intensiv kommunizieren wir die GANZ OHNE WERKZEUG Themen in Social-Media-Kampagnen, zum Beispiel mit Video-Clips“, unterstreicht Volker Amann. „Gründe hierfür sind die gute Erreichbarkeit der jungen Zielgruppe, schnelle Reichweitengenerierung, Möglichkeiten des Targetings und das gezielte Weiterleiten von Traffic auf weiterführende Informationen bis in den Online-Shop unserer Handelspartner als letzte Station der Customer Journey.“ Parallel dazu stellt fischer umfassend und flächendeckend die Distribution im Handel und die Verfügbarkeit sicher – mit einem PoS-Auftritt, der wahlweise als Zweitplatzierung oder zusammen mit dem fischer Standardsortiment funktioniert. Das aufmerksamkeitsstarke PoS-Display mit eingebautem Bildschirm, auf dem Anwendungsvideos laufen, wird mit 550 Produkten voll bestückt angeliefert. Die Handelspartner müssen es nur auspacken, um

Umsatz zu generieren. Originelle Aktionen, wie der smarte GANZ OHNE WERKZEUG Beratungsroboter INGO, erwecken immer wieder weitere Aufmerksamkeit in den Baumärkten. Dieses Jahr soll eine mehrmonatige Promotion-Tour mit einer Boxautomaten-Aktion folgen, nach dem Motto: „Deine Hände sind stärker als Du denkst!“ Weitere klassische Kontaktpunkte sind zum Beispiel die LED-Banden im fischer Fußballsponsoring.

Ein stimmiges Gesamtkonzept, durch das die neue Sortimentsmarke GANZ OHNE WERKZEUG bereits innerhalb eines Jahres mit rund 1.100 Marktstellen in Deutschland Erfolg hatte und zusätzlich in Österreich, Spanien, Großbritannien, Frankreich, Italien und Brasilien erhältlich ist.

Mit dem Deutschen Marken-Award zeichnen das Magazin „absatzwirtschaft“ und der Deutsche Marketing Verband (DMV) exzellente Leistungen in der Markenführung aus. Eine Jury von Fachleuten aus Management, Marketing, Medien und Agenturen entscheidet über die Gewinner. Im Zuge von Covid-19 präsentierten die Finalisten am 28. Mai ihre Einreichungen in Videopräsentationen. Aus 25 Teilnehmern gingen dieses Jahr acht Finalisten in vier Kategorien hervor. Darunter konnte sich fischer mit GANZ OHNE WERKZEUG als Bester im Bereich „Markendehnung“ durchsetzen.

## **Bildunterschriften:**

### Bild 1

*Von Megaprojekten rund um den Globus bis in Mikrokosmen der Privathaushalte bringt fischer festen Halt in die Welt. Dazu erweitert der Befestigungsspezialist kontinuierlich sein Produktprogramm – bis zur Etablierung neuer Sortimentsmarken. So erobert GANZ OHNE WERKZEUG seit 2018 erfolgreich die internationalen DIY-Märkte.*

### Bild 2

*Eigene Hände gestalten die vier Wände: Zahlreiche DIY-Projekte lassen sich dank GANZ OHNE WERKZEUG werkzeuglos erledigen. Der Erfolg, mit dem die eigenständige Sortimentsmarke unter dem Dach von fischer neue Kunden und Wachstumspotenziale erschloss, fußt auf einer cleveren Marketingstrategie.*

### Bild 3

*Gutes Händchen für das Marketing: Als Gewinner des Deutschen Marken-Awards in der Kategorie Markendehnung bewies fischer Know-how und kommunikatives Geschick beim Etablieren der neuen Sortimentsmarke GANZ OHNE WERKZEUG. Dabei erweiterte der Befestigungsspezialist seinen Kundenkreis und erschloss zusätzliche Wachstumspotenziale.*

*Bilder: fischer*

## **Unternehmensgruppe fischer**

Die Unternehmensgruppe fischer mit Sitz in Waldachtal, Nordschwarzwald, hat 2019 mit weltweit rund 5.200 Mitarbeitern einen Umsatz von 887 Millionen Euro erzielt. Das Familienunternehmen ist mit 49 Gesellschaften in 37 Ländern vertreten und exportiert in über 100 Länder. Es umfasst die fünf Unternehmensbereiche fischer Befestigungssysteme, fischer automotive, fischertechnik, fischer Consulting und LNT Automation.

fischer Befestigungssysteme besitzt die technologische Marktführerschaft in wichtigen Feldern der Befestigungstechnik. Für ein breites Spektrum an Kunden, vom Heimwerker über den Handwerker bis zum Key-Account-Partner, bietet fischer Produkte in technischer Perfektion.

fischer automotive fertigt hochwertige Innenraumkomponenten für Fahrzeuge. Das Unternehmen besitzt eine hohe Kompetenz in der Kunststoffverarbeitung und ist ein wichtiger Partner der Automobilindustrie. Das Produktspektrum umfasst Luftausströmer, Getränkehalter, Ablagefächer und Multifunktionskomponenten.

fischertechnik ist mit seinen Konstruktionsbaukästen sowohl im Spielwaren- als auch im Bildungsbereich aktiv. Als einer der letzten Spielwarenanbieter entwickelt und fertigt fischertechnik ausschließlich in Deutschland.

fischer Consulting entstand aus den im eigenen Unternehmen entwickelten Kompetenzen. Dort angesiedelt ist das fischer ProzessSystem, dessen zentraler Inhalt die permanente Verbesserung ist. Dabei orientiert sich das fischer ProzessSystem immer am Nutzen für den Kunden. fischer Consulting berät mittelständische Unternehmen, Behörden und Großkonzerne auf dem Weg zu schlanken und effizienten Prozessen.

LNT Automation entwickelt und fertigt kundenspezifische Elektroniklösungen. Außerdem befasst sich das Unternehmen mit der Entwicklung, der Herstellung und dem Vertrieb von kundenspezifischen und kapazitiven Touchsystemen wie Multitouch-Lösungen aus Glas und dazu passenden Controllereinheiten. Die Elektronik wird in Eigenherstellung gefertigt.

Im Internet: [www.fischer.group](http://www.fischer.group)

## **Ansprechpartnerin**

**Katharina Maria Siegel**

Pressereferentin Befestigungssysteme

Telefon: +49 7443 12 – 4217

E-Mail: [katharinamaria.siegel@fischer.de](mailto:katharinamaria.siegel@fischer.de)