

Marke GIG „gezündet“

ATTNANG-P. Die Hüllen sind gefallen, die Marke GIG tritt in die Öffentlichkeit. Bei der Markenstrategiepräsentation im Lenzinger Kulturzentrum der GIG Holding konnten sich die Mitarbeiter vom neuen Auftreten des Unternehmens überzeugen. Der Fassadenbauer hat mit dem „Münchener Ideenhaus“ an einer einheitlichen Marke für die drei Töchter und die Holding gearbeitet.

Die Holding-Geschäftsführer Adolf Pohn und Volker Neumeyer präsentierten mit den Geschäftsführern der GIG-Töchter, Wilhelm Obermeier und Daniel Gattinger von GIG Fassaden, Gerhard Haidinger von GIG Project sowie Herbert Teufl von GIG Elements, die neue Strategie.

„We realize dreams“ lautete der zusammenfassende und gewichtige Satz zum Schluss der offiziellen Feier. Julian Schäfer vom Münchner Ideenhaus zu diesem Slogan: „So etwas kreierte man nicht zum Spaß! Dahinter steckt die Quintessenz einer Marke in einem Satz.“ Zu einem echten Traum-Verwirklicher gehört natürlich Mut, Ehrgeiz und jede Menge Weltoffenheit. Phantasie und Technologie müssen in idealer Weise ineinander greifen. Denn nur so kann Spektakuläres geschaffen werden. Das beweisen die GIG-Mitarbeiter Tag für Tag. Sie schmieden aus Architektenträumen Fassaden. Langlebigkeit, Professionalität und Handschlag-Qualität sind dabei nicht nur leere Floskeln. Sie werden von den Kunden geschätzt und sind immer wieder Anlass zum Weiterempfehlen. Das wurde in Interviews mit treuen Partnern bei der Präsentation klar.

Mit einer präzise gewählten Metapher beglückwünscht Schäfer die GIG Mitarbeiter: „Sie haben mit ihrem Einsatz aus Kohlenstoff bereits einen wertvollen Diamanten gemacht.“ Durch das neue und einheitliche Auftreten und der bewussten Positionierung am Markt wird der Diamant geschliffen.