



DAUERHOLZ AG: Dreierbande hat POS-Marketing und Social Media im Fokus

DAUERHOLZ baut aufs Marketing: Dreierbande hat POS-Marketing und Social Media im Fokus
Wenn eine Marke wächst, wachsen auch die Menschen dahinter. DAUERHOLZ (www.dauerholz.de) hat sich auf dem Markt etabliert und der anfangs noch skeptischen Branche bewiesen: Wachsimprägniertes Dauerholz "Made in Germany" ist eine attraktive Ergänzung für das Sortiment "Holz im Garten". Um Handel und Verarbeiter in Zukunft noch besser zu unterstützen, wurde die Marketing-Abteilung weiter verstärkt - mit einer Beförderung und einer Neueinstellung: Jennifer Kiesau (31) und Jenny Gehrmann (31) machen nun noch mehr Wirbel um das Wachsholz aus Mecklenburg-Vorpommern. Geleitet wird das Team von Ines Iwersen (38), die seit 2010 Marketingchefin der Dauerholz AG ist.
Der Ausbau der Marketingabteilung ist ein weiterer Baustein in der gezielten Wachstumsstrategie der Dauerholz AG. Dank eines konsequenten Markenaufbaus hat sich Dauerholz innerhalb von drei Jahren am Markt etabliert. "Wir haben uns ganz klar von einem Newcomer zu einem wichtigem Produkt im Sortiment entwickelt", freut sich Marketingchefin Ines Iwersen, "damit steigen auch die Ansprüche unserer Kunden. Das Feedback zum Marketing ist aber in der Regel positiv: Viele Gartenbesitzer fragen ganz konkret nach Dauerholz - damit sind wir einige der wenigen bekannten Markennamen im Terrassenbereich." Jetzt wird das neue Team vor allem das POS-Marketing und die Social Media-Aktivitäten noch stärker in den Fokus nehmen. Auch in der Live-Kommunikation sieht die Dreierbande viel Potential.
Feste Ansprechpartner für die Kunden
Bereits während des Studiums sammelte Jennifer Kiesau die ersten Erfahrungen im Bereich PR und Marketing. Die Sprachwissenschaftlerin hat bereits ihr Volontariat im Unternehmen absolviert und war danach als Marketingassistentin tätig. Seit Februar dieses Jahres betreut sie als Marketingreferentin hauptverantwortlich das Online-Marketing und kümmert sich zudem um die interne Kommunikation. Neu geschaffen wurde die Stelle von Jenny Gehrmann. Seit dem 1. April 2013 ist sie zentrale Ansprechpartnerin für das Vertriebsmarketing und koordiniert dabei vor allem die Marketingaktivitäten des Holzfachhandels. Außerdem wird sie die Pressearbeit weiter ausbauen. Nach ihrer Ausbildung zur Werbekaufrau und einem Studium der Medienkommunikation (B.A.) war die gebürtige Chemnitzerin mehrere Jahre auf Agenturseite als Beraterin tätig und betreute schwerpunktmäßig Kunden aus der Bauen & Wohnen Branche, wie z.B. Grohe und Velux.
DAUERHOLZ AG
Für den ökologischen Werkstoff DAUERHOLZ wird nach einem patentierten Verfahren einheimisches Holz bis in den Kern mit Wachs getränkt. Vor allem für die Gestaltung von Terrassenbelägen, die eine besondere Robustheit und Langlebigkeit des Holzes voraussetzen, ist DAUERHOLZ ein guter Ersatz für tropische Hölzer. Seit März 2013 schreibt das Holzhandels-Sicherungs-Gesetz eine erhöhte Sorgfaltspflicht vor. Wer Holzprodukte innerhalb der EU erstmals in Verkehr bringt, muss über die Art und Herkunft des Holzes informieren. Durch die verschärfte Maßnahmen soll der illegalen Abholzung entgegen gewirkt werden. Legal geschlagenes Tropenholz wird dadurch vermutlich teurer.
Kontakt: Ines Iwersen
Leitung Marketing und Kommunikation
DAUERHOLZ AG
Frankenstraße 18-20
20097 Hamburg
Telefon: +49 (40) 23 64 48 99-13
Telefax: +49 (40) 23 64 48 99-99
ines.iwersen@dauerholz.de
www.dauerholz.de


Pressekontakt

Dauerholz

20097 Hamburg

Firmenkontakt

Dauerholz

20097 Hamburg

Dauerholz ist zu hundert Prozent heimisches Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft, und zugleich ist es gegen Wind und Wetter geschützt ? bis ins Kerninnere. Um dies zu erreichen, wird Dauerholz nicht wie bei konventionellen Verfahren lediglich mit einem oberflächlichen Schutz versehen, sondern vollständig bis zum Kern durch und durch mit einer wachsbasierten Lösung getränkt.