

---

# Stahl. Material der Meisterwerke.

Die Awareness-Kampagne von Jansen zu den  
Vorteilen des Werkstoffs Stahl.

**JANSEN**

# Jansen

Jansen AG mit Sitz in Oberriet, Schweiz, entwickelt und vertreibt Profilsysteme für Fenster, Türen und Fassaden in Stahl, Edelstahl und Corten. Das Unternehmen feierte 2023 sein 100-jähriges Jubiläum.

Jansen beliefert weltweit Metallbauer, zum Teil über Vertragspartner, die aus den Systemen die fertigen Tür-, Fenster- und Fassadenelemente herstellen.

Im Verlauf der Entstehung eines Gebäudes sind verschiedene Anspruchsgruppen beteiligt. Wichtige Entscheidungsbeeinflusser sind auch die Architekten.

The logo for Jansen, consisting of the word "JANSEN" in a bold, white, sans-serif font, is positioned in the bottom right corner of the image. The background of the entire image is a photograph of a modern building with a dark facade and large glass windows, set against a backdrop of mountains and a clear blue sky. The building's design features a mix of dark panels and lighter, textured sections. In the foreground, there are green trees and a lawn.

# Die Herausforderung

Stahl ist ein Jahrhunderte alter Werkstoff, der mit vielen Vorteilen punkten kann wie z.B. einer hohen Trägheit, grosser Dichte, hohem Schmelzpunkt oder Schweißbarkeit. Stahl bietet Architekten und Metallbauer mehr Freiheit im Design, macht Gebäude sicherer und überzeugt auch im Vergleich zu anderen Werkstoffen auch im Bereich der Nachhaltigkeit.

In den letzten Jahrzehnten wurde Stahl immer stärker durch andere Werkstoffe verdrängt. Dadurch sind die Vorteile von Stahl bei den relevanten Zielgruppen immer mehr in Vergessenheit geraten.

Die Kampagne «Stahl. Material der Meisterwerke.» soll bei Architekten, Metallbauern und Investoren das Bewusstsein für die Vorteile von Stahl stärken und sie ermutigen, den Werkstoff wieder verstärkt einzusetzen.

# Der Kerngedanke der Kampagne

Die Stahlssysteme von Jansen ermöglichen es, die Grenzen von Design zu überschreiten und dabei gleichzeitig die Nachhaltigkeit von Gebäuden zu verbessern. Sie erlauben es, auf Sicherheit zu bauen und dennoch die Ästhetik zu bewahren. Sie gestatten es, gross zu denken und mit kleinen Details den Unterschied zu machen.

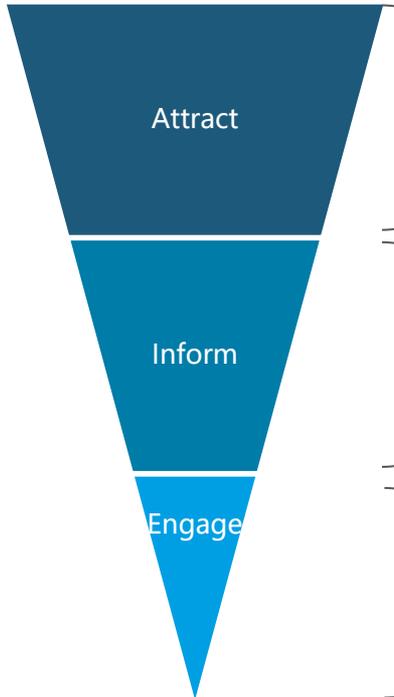
Stahl ist der Leitfaden, der alles zusammenführt. Mit ihm schaffen Architekten und Metallbauer Strukturen, die inspirieren und die Zeit überdauern. Sie kreieren Werke, in denen die Harmonie von Design, Nachhaltigkeit und Sicherheit in jedem Gedanken, jeder Linie und jeder Form erkennbar ist. In diesem ständigen Streben nach Perfektion erkennen wir letztlich das wahre Potential der Stahlssysteme von Jansen. Stahl. Material der Meisterwerke.

Kampagnen-Leitidee

**Stahl. Material der Meisterwerke.**

**JANSEN**

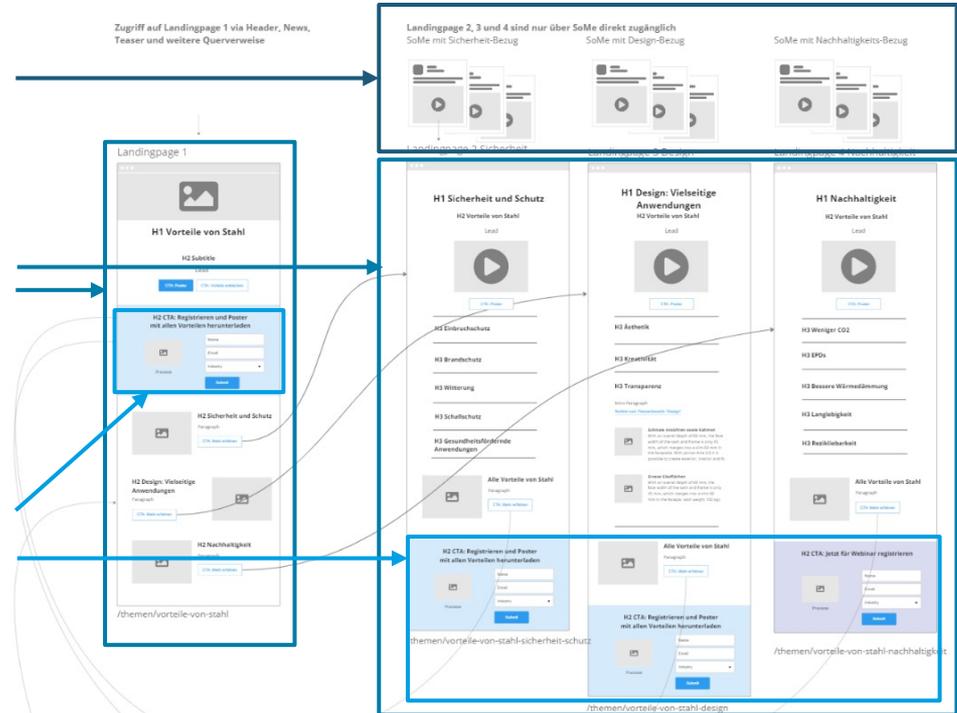
# Die Kampagnen-Logik



Kurze **Bewegbild-Snippets** präsentieren die Vorteile von Stahl. Anwendung: SoMe (paid & organisch) und Video Ads. Ergänzt werden die Snippets mit Google Adwords.

Eine allgemeine sowie je eine spezifische **Landingpage** pro Themenbereich informiert über die Vorteile von Stahl. Ergänzt werden die Landingpages mit je einem informativen **Langfilm**.

Ein **Call to Actions** mit Incentive generiert **Leads** und schafft die Basis für das weitere **Lead-Nurturing**.



# Umsetzung Attract: Snippets

Die Snippets (kurze Videos) dienen dazu, die Vorteile von Stahl zu emotionalisieren und aufzuzeigen, wie sie zur Gestaltung von Meisterwerken beitragen. Jedes Snippet kommuniziert einen Vorteil auf eine kreativ überraschende Art.

Die Snippets werden über bezahlte Social-Media- und Youtube-Anzeigen ausgespielt. Ergänzt werden sie durch Google Ads (bezahlte Keywords). Die Snippets kommen auch als organische Posts auf den Social-Media-Kanälen von Jansen zum Einsatz.

Die Snippets, Google Ads sowie Social-Media-Post dienen dazu, Traffic auf die Landingpages zu führen, auf der sich die Interessenten detailliert mit den Vorteilen auseinandersetzen können.

Die Kampagnen-Assets werden auch den Vertriebspartnern sowie den Niederlassungen von Jansen zur Verfügung gestellt, um weltweite auf die Vorteile von Stahl aufmerksam zu machen.

Sämtliche Snippets finden Sie auf [jansen.com/vorteilestahl](https://www.jansen.com/vorteilestahl)

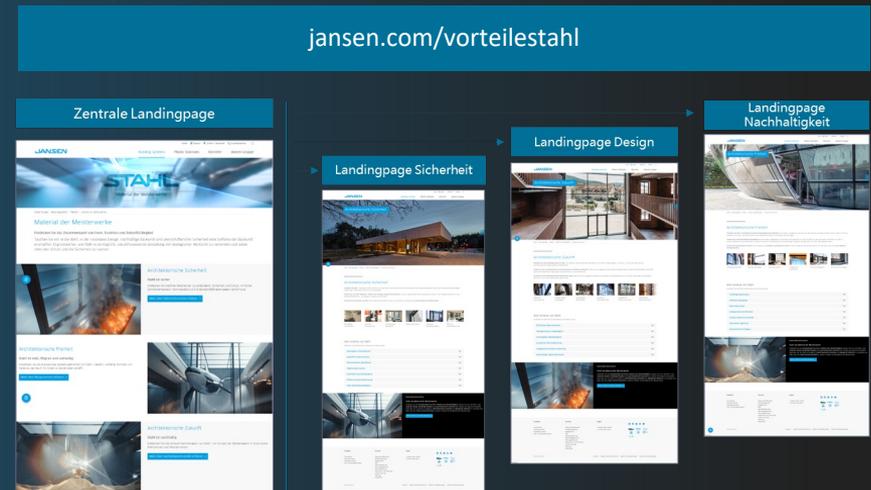


# Umsetzung Inform: Landingpages

Für die Kampagne «Stahl. Material der Meisterwerke» wurden die einzelnen Vorteile in drei Gruppen verortet: Design & Kreativität, Sicherheit & Schutz sowie Nachhaltigkeit & Langlebigkeit. Für jeden Vorteilsbereich wurde eine eigene Landingpage erstellt.

Bei der Auswahl der Vorteile wurde darauf geachtet, dass diese einzigartig für den Werkstoff Stahl sind, um sich gegenüber alternativen Materialien klar zu differenzieren.

Im Verlauf des Aprils werden die Landingpages um redaktionelle Langfilme ergänzt, welche die Vorteile von Stahl anhand unterschiedlicher Referenzobjekte und Statements von Architekten und Metallbauern praxisnah veranschaulichen. Ausschnitte aus den Filmen werden wiederum als Teaser und Traffic-Treiber für die Landingpages über Social Media.



# Umsetzung Engage: Call-to-Action

Phase 1: Ein Poster, das die Vorteile von Stahl in einer überraschend kreativen Umsetzung präsentiert, soll die Besucher der Landingpages motivieren, ihre Kontaktdaten zu hinterlassen und dadurch Leads generieren. Im Stil des Surrealismus gehalten, beinhaltet das Poster zahlreiche Referenzen zu den produzierten Kurzfilmen und hat das Poster den Anspruch, selbst ein Meisterwerk zu sein.

Phase 2: In einer zweiten Phase der Kampagne werden Remarketing-Massnahmen mit spezifisch abgestimmten Call-to-Actions geschaltet, um die Lead-Generierung weiter zu unterstützen.



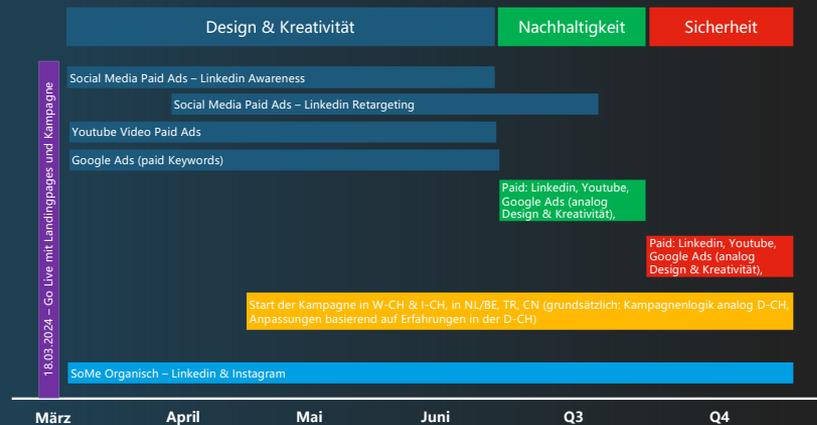
# Die Roadmap der Kampagne

Seit Ende März wird die Kampagne in der Deutschschweiz aktiv beworben. Zeitversetzt startet sie im Mai in der Westschweiz und dem Tessin sowie in Belgien und den Niederlanden.

Der zeitlich gestaffelte Ansatz erlaubt es uns, Erkenntnisse aus der Deutschschweiz für die Optimierung der Ausspielung der Kampagne in den anderen Regionen und Märkten zu nutzen.

Thematisch kommunizieren wir im Q2 die Vorteile von Stahl im Bereich Design & Kreativität. Im Q3 stehen die Vorteile von Stahl im Bereich Nachhaltigkeit im Fokus und im Q4 bilden die Vorteile von Stahl im Bereich Sicherheit den Abschluss.

Für die Erstellung der Kommunikations-Assets arbeiteten wir mit Tremonia Media zusammen. Für die Ausspielung und Optimierung der bezahlten Kommunikationsmassnahmen werden wir von Worldsites unterstützt.



# Resultate und Erkenntnisse

Aufgrund des kurzen Zeitraums zwischen dem Go-live der Kampagne und der Einreichung der Unterlagen für den Award liegen aktuell noch keine repräsentativen Resultate vor. Erste Auswertungen und Rückmeldungen von Kunden und Vertriebspartner zeigen eine vielversprechende Tendenz, dass die Kampagne von den relevanten Zielgruppen wahrgenommen wird.



Created by dominic  
from Noun Project

---

## Stay tuned for more!

Für Jansen ist «Stahl. Material der Meisterwerke.» mehr als nur eine Kampagne. Es ist eine Kommunikationsplattform, die es uns auch in der Zukunft ermöglicht, den relevanten Zielgruppen die für uns wichtigen Themen und Produkte zu vermitteln, sie mit neuen Ideen zu inspirieren und für den Werkstoff Stahl zu begeistern.

**JANSEN**