

MEDIENINFORMATION
PFALZWERKE-GRUPPE

.....
Ludwigshafen, 28.06.2019

Den Kunden im Fokus: Neues Erscheinungsbild und Imagekampagne der Pfalzerwerke-Gruppe

Die Pfalzerwerke-Gruppe ist der Anbieter, der Energie in der Region verfügbar macht. Sie ist verantwortlich für alltägliche Selbstverständlichkeiten, wie Licht, Wärme und Kommunikation und lebt Verantwortung für die Nachhaltigkeit in der Region und die zuverlässige Versorgung der Menschen. Dabei ist sie mit jedem ihrer Kunden individuell verbunden. Trotz des enormen Tempos, mit dem der digitale Wandel alles Bisherige verändert, ändert sich für die Kunden der Pfalzerwerke-Gruppe eines nicht: Alle Ideen und Bemühungen orientieren sich stringent an ihren Bedürfnissen. Darauf basierend sind ein neuer Gruppenauftritt und eine neue Imagekommunikation entstanden.



Foto: Ein Motiv der Pfalzerwerke-Gruppe Imagekampagne zum Thema Innovation

Neue Technologien ermöglichen neue Geschäftsmodelle und Produkte und daraus ergeben sich neue Kundenanforderungen und neuer Wettbewerb. Die PFALZWERKE AKTIENGESELLSCHAFT gemeinsam mit ihren 100%-Tochtergesellschaften Pfalzerwerke Netz AG, Pfalzsolar, PFALZKOM und

REPA stellt sich dieser Herausforderung mit ihrer jahrzehntelangen Erfahrung und ihrem gesammelten Know-how. Um dieses unternehmensinterne Wissen schlagkräftig im besten Sinne der Kunden zu kombinieren und einzusetzen, hat die Unternehmensgruppe neben der Initiative Digitale Transformation (IDT), in der die inhaltlichen Weichen für zukünftige Innovationen gruppenübergreifend gestellt werden, noch viele weitere Maßnahmen ins Leben gerufen. Dabei geht es immer darum, gruppenweit Know-how zu bündeln im Sinne der Kunden.

Um auch in der Außendarstellung die gruppenweite Expertise in der Öffentlichkeit transparent zu machen, hat die Pfalzwerke-Gruppe ein neues Erscheinungsbild und eine Imagekampagne entwickelt.

Veränderte Außendarstellung der Unternehmensgruppe

In intensiven Kundengesprächen wurde im Vorfeld ermittelt, wie Kunden die Pfalzwerke wahrnehmen. Basierend auf den Ergebnissen dieser Umfrage, wollen die Pfalzwerke nicht nur im direkten Kundenkontakt und der internen Zusammenarbeit, sondern auch im Bereich der Marken- und Imagekommunikation an der Wahrnehmung des Unternehmens durch ihre Kunden arbeiten. Aus den Erkenntnissen der Studie wurden gruppenweit neue Markenwerte für die Pfalzwerke und deren 100%-Töchter erarbeitet, die die neue Ausrichtung und Positionierung der Dachmarke transportieren – künftig gemeinsam unter der Dachmarke Pfalzwerke-Gruppe: ideenreich, nachhaltig und ökologisch, kundenzentriert, ganzheitlich, regional verbunden, wertschätzend und vertrauensvoll. Im Vordergrund all dieser Werte steht immer, die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden in den Fokus zu rücken und die Lebensqualität der Menschen in der Region und darüber hinaus zu steigern.



Foto: Das neue Logo der Pfalzwerke-Gruppe