

Medium: Eisenwaren-Zeitung

Jokari launcht neue Website

Die neue Website der Jokari GmbH & Co. KG ist online. Das Unternehmen sieht sie als „digitale Visitenkarte“, über die der Kontakt mit Anwendern, Kunden und Partnern digital hergestellt und so entsprechende Kundennähe aufgebaut werden soll. Dafür setzt die Website auf Formate wie Why to Buy-Produktvideos, eine Chat-Funktion sowie interaktive Features, welche Lösungen zur Kabelbearbeitung aufzeigen. Auf jeder Produktseite findet sich ein Video, in dem Mitarbeiter des Unternehmens sowie Influencer (praktizierende Elektriker) unter dem Motto „Vom Profi für den Profi“ die Vorteile der Abisolierwerkzeuge erklären. Eine intelligente Suchfunktion sowie die neu gestalteten FAQs mit den meist gestellten Fragen sollen dazu für schnelle Antworten sorgen. Die überarbeitete Kabeldatenbank ermöglicht die Produktsuche anhand von Leitungstypen mit tausenden Datensätzen. Ergänzt wird das Angebot durch eine Merkzettel-Funktion und eine optimierte Händlerweiterleitung für eine nahtlose Customer Journey.



Die neue Website von Jokari ist online.

Foto: Jokari

8 [EZ 1/2026]

Haix bleibt Partner des SV Darmstadt 98



Lilien-Präsident Markus Pfitzner, -Geschäftsführer Martin Kowalewski, Haix-Gesellschafter und -Geschäftsführer Michael Haimerl, Lilien-Vizepräsident Volker Harr (v.l.). Foto: SV Darmstadt

Der Workwear-Hersteller Haix bekennt sich weiter zu den Lilien: Der Haupt- und Trikotpartner des SV Darmstadt 98 bleibt bis mindestens Juni 2027 an Bord. Das gaben das bayrische Unternehmen und der südhessische Traditionsverein im Rahmen des Lilien-Neujahrsempfangs bekannt. Die Partnerschaft geht über die Trikotbrust der Profis hinaus. Auch die Nachwuchsteams, die Fanmannschaft sowie das Fußball-ID-Team laufen mit dem Logo des Unternehmens auf. Zusätzlich umfasst die Partnerschaft neben Bandenwerbung und umfassender Logo-Präsenz unter anderem ein großes Digitalpaket. Auch das Namensrecht am Trainingsgelände der Lilien bleibt in der Hand des Workwear-Spezialisten, der mit Beginn der laufenden Saison auch als Partner der Sozialkampagne „Im Zeichen der Lilie“ eingestiegen ist.