



Professionelles Marketing zur Profi-Unternehmensausrichtung: Die stolzen Gewinner des Marketingpreises des Deutschen Handwerks 2005 sind (von links nach rechts) Orthopädiemechanikermeister Thomas Kipping, Aktiv-Prothesen-Technik GmbH in Stockum-Püschchen; Timo Leukefeld, Soli fer Solardach GmbH in Freiberg; Schreinermeister Thomas Poth, P+P GmbH in Fürth; Malermeister Dietmar Ahle, Malermeister Ahle GmbH in Paderborn; Bäckermeister Bernd Kütscher, Kütschers Backstube in Mendig.

Marketingpreis des Deutschen Handwerks 2005

Deutschlands beste Spezialisten

Insgesamt 25 000 Euro nahmen die Marketingprofis im Handwerk nach der Preisverleihung im März mit nach Hause. Die Schrittmacher des deutschen Handwerks verbreiteten beim Festakt auf der Internationalen Handwerksmesse positive Aufbruchstimmung.

Ein Teil des Handwerks merkt nichts von wirtschaftlich schlechten Zeiten. Das Erfolgsrezept: klare Fokussierung der Leistung gepaart mit einer hochprofessionellen Vermarktungsstra-

tegie. Fünf extrem erfolgreiche Betriebe bekamen dafür den Marketingpreis des Deutschen Handwerks (Porträts ab Seite 36), der parallel zur Internationalen Handwerksmesse in München Anfang März von „handwerk magazin“ und der

DaimlerChrysler Vertriebsorganisation Deutschland unter der Schirmherrschaft des Zentralverbands des Deutschen Handwerks (ZDH) verliehen wurde.

Für lockere Stimmung sorgte ZDF-Moderator Christian Sievers, der ➤

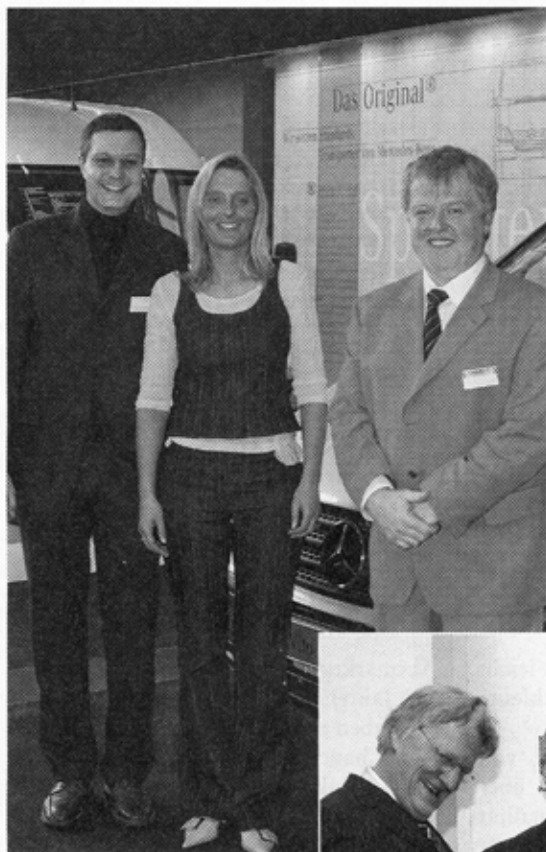


Ulrike Mönlich, Leiterin Produktmanagement Mercedes-Benz Transporter; ZDF-Moderator Christian Sievers, Mix-Agenturchefin Renate Bargsten mit ihrer Mitarbeiterin Mechtild von Münchhausen und Verleger Alexander Holzmann.



5 000 Euro und eine Siegerplastik für die strahlenden Gewinner des Marketingpreises – nach dem Festakt auf der Internationalen Handwerksmesse in München zusammen mit Laudatoren und Gratulanten.

FOTOS: STEFAN OBERMEIER



Noch ein bisschen aufgeregt vor der Preisverleihung: das P+P-Team aus Fürth im Odenwald mit Vertriebsleiter Ralph Schietinger (links), Preisträger Schreinermeister Thomas Poth (rechts) und seine Freundin Liane Bräse.



Mit der Graffiti-Szene verbündet: Marketingpreisträger Dietmar Ahle, Chef der Ahle GmbH in Paderborn mit ZDF-Moderator Christian Sievers (von links).

Die Soli fer-Mannschaft aus Freiberg freut sich über ihren Preis: Oliver Baer, Prokurist Harald Rösler und Soli fer-Chef Timo Leukefeld (von links.)



Mit dem Slogan „Wir machen Ihnen Beine“ wirbt Orthopädiemechanikermeister Thomas Kipping aus Stockum-Püschchen für seine Spezialisierung auf Prothesen für Leistungssportler. Dafür erhielt er den Marketingpreis.



Im Stollengeschäft holte sich Bäckermeister Bernd Kütscher aus Mendig (links) wieder Marktanteile der Industrie zurück. Und obwohl er sie kiloweise herstellt, isst er immer noch gerne Stollen, traditionell mit Zitronat.



Hat zwar nicht die Handynummer von Kanzler Gerhard Schröder, aber dennoch einen guten Draht zur Politik: ZDH-Präsident und Marketingpreis-Laudator Otto Kentzler.

sich bei Franz Reisbeck, dem Messechef der Handwerksmesse, für die professionelle Einstimmung auf das Thema Handwerk mit frischem Holzgeruch im Saal bedankte. Doch Reisbeck konterte geschickt: „Handwerk hat nichts mehr mit Meister Eder und seinem Pumuckl zu tun.“ Vielmehr habe sich die Internationale Handwerksmesse zu einer internationalen Veranstaltung gemauert, auf der es neue Ideen und neue Technologien zu entdecken gibt.

Ebenso lockere Sprüche kamen sowohl von den strahlenden Preisträgern wie auch von den Laudatoren. „Wir machen Ihnen Beine“ lautet beispielsweise der Slogan von Orthopädiemechanikermeister Thomas Kipping, der sich auf die Herstellung von Prothesen für Leistungssportler spezialisiert hat. Doch auch Laudator und ZDH-Präsident Otto Kentzler, der selbst einen Klempner- und Dachdecker-Betrieb in Dortmund führt, nutzte die Chance für ein klein wenig Eigen-PR. Mit seinem Werbespruch: „Sind Sie noch ganz dicht?“ hatte er nicht nur die Lacher auf seiner Seite, sondern auch den Kern vieler professioneller Marketing-Strategien getroffen. Sich zu

RANKING 2005

Die Top-30-Betriebe

Die folgenden Betriebe belegten beim Marketingpreis des Deutschen Handwerks die Plätze 6 bis 30. Die Zahl in Klammern zeigt jeweils die Schulnote, die die Jury für den Bewerber vergeben hat:

- | | |
|--|---|
| 6. Volker Thullesen GmbH, Lübeck (1,78) | 17. Storz Heiztechnik GmbH, Aichhalden (2,33) |
| 7. Götz Elementbau GmbH, Alsbach (1,89) | 18. Maler Bauer GmbH, Donaueschingen (2,44) |
| 8. Werbelicht Jeroma GmbH, Bremen (2,00) | 19. Natursteinwerkstätte Freymadl, Gernsheim (2,44) |
| 9. Floss Zimmerei & Blockhaus, Schönecken (2,11) | 20. Zimmerei Zachmeier, Pilsach (2,44) |
| 10. W. Bollack Dentaltechnik, Gaiberg (2,11) | 21. Zimmerei Dorka, Durmersheim (2,44) |
| 11. Nitzbon AG, Hamburg (2,11) | 22. Dellmax GmbH, Dresden (2,56) |
| 12. Düster & Düster GmbH, Köln (2,22) | 23. Biebrer Brillenladen, Offenbach (2,56) |
| 13. Backwerk Rauen GmbH, Bensheim (2,22) | 24. Modutec GmbH, Au (2,56) |
| 14. Friseur Akademie, Denzlingen (2,22) | 25. Tischlerei Geilert & Kurth, Bockelwitz (2,67) |
| 15. Digitech, Patersdorf (2,33) | 26. Art of Hairliner's, Bremen (2,89) |
| 16. Ortho-Systems, München (2,33) | 27. Maler Jens Düwel, Dadow (2,89) |
| | 28. Holz GmbH, Wallhausen (2,89) |
| | 29. Naasz Heizungstechnik, Weilheim (2,89) |
| | 30. Emil Frey KG, Hamburg (3,00) |

spezialisieren und das Besondere leicht verständlich auch für Nicht-Fachleute herauszustellen.

Frank Wiercks, Chefredakteur von „handwerk magazin“, freute sich über die jährlich wachsende Professionalität handwerklicher Leistungen und ihrer

Vermarktung, die „handwerk magazin“ seit Jahren publizistisch begleitet. „Künftig haben nur spezialisierte Unternehmer eine Chance“, gab er die Marschrichtung für die Zukunft des Handwerks vor.
gudrun.bergdolt@holzmannverlag.de
kerstin.meier@holzmannverlag.de

MALERMEISTER AHLE GMBH, PADERBORN

Graffiti kreativ

Zwar hatte Dietmar Ahle Anfang 2000 gerade in teures Gerät zur Graffiti-Entfernung investiert. „Doch eigentlich war mir klar, damit lässt sich der Kampf gegen die Sprühhacken nicht gewinnen“, bekennt der Malermeister aus Paderborn. Als zur selben Zeit junge Sprayer per Zeitungsnotiz

legale Graffiti-Flächen suchten, wählte er kurz entschlossen die angegebene Handynummer.

Strategie

In Gesprächen erfuhr Ahle daraufhin viel über die Denk-

weise in der Szene, „zum Beispiel, dass bloßes Übertünchen besprühter Flächen als besondere Provokation verstanden wird“. Die erste Wand, die er drei Graffiti-künstlern nach Sichtung mehrerer Entwürfe überließ, war ein acht Meter hoher Giebel mitten in der City. Zur Einweihung des Bildes kamen 500 Gäste bis hin zum

Oberbürgermeister. Aber es gab auch Gegenwehr: „Einige Kunden entzogen mir alle Aufträge“, berichtet der 46-Jährige.

Firma: Malermeister Ahle GmbH
Wo: Paderborn
Web: www.malermeister-ahle.de
Spezialgebiet: Graffiti- und Fassadenmalerei
Spezialisiert seit: 2000
Umsatzanteil: 15 Prozent



Geschäfte mit Graffiti: Statt Entfernung setzt Malermeister Dietmar Ahle (Paderborn) auf den Dialog mit der örtlichen Graffiti-Szene und kann so seinen Kunden eine einzigartige Garantie vor unerwünschten Schmierereien bieten.

Alleinstellung

Heute schmücken legale Graffiti, die diese ungewöhnliche Kooperation hervorbrachte, viele Häuser in Paderborn, vom Bankgebäude über den Innenhof eines Hotels bis hin zum Waschsalon. Vor allem aber kann Ahle seinen Kunden neben der professionellen Graffiti-Entfernung einen einzigartigen Mehrwert bieten: eine fünfjährige Garantie gegen illegale Schmierereien. „An Fassaden, die von uns gestaltet wurden, vergreift sich so schnell kein Sprayer.“

Kommunikation

In Mailings, in der Kundenzeitschrift und auf der Homepage nehmen Graffiti einen festen Platz ein. Höhepunkt der Zusammenarbeit war eine Vernissage von 14 Handwerkern mit dem Graffiti-Künstler Oliver Kraj im Jahr 2003. Die Meisterbetriebe zierten dabei die farbenfrohen Muster der von Kraj gestalteten Fassade des Ahle-Firmengebäudes mit ihren Mitteln: als Duschtempel, Garagentor oder in Form einer Couch. Das war zugleich die Geburtsstunde der erfolgreichen Handwerker-Kooperation Paderhaus.

Erfolgskontrolle

Dass der Umsatz der Malermeister Ahle GmbH sich seit 2002 nahezu verdoppelte, ist zu einem guten Teil der öffentlichen Aufmerksamkeit für den „Graffiti-Spezialisten“ zu verdanken. „Fast alle der einst abgesprungenen Kunden arbeiten heute wieder mit uns zusammen“, freut sich der Firmenchef. Die Garantie gegen Sprüh-Attacken wurde bislang übrigens noch kein einziges Mal in Anspruch genommen. Nur der Umsatz bei der Graffitientfernung ging von ehemals 50 000 auf 79 Euro zurück.