

# Malermeister Ahle

## gewinnt Marketingpreis

Es gibt sie: die gestaltenden Handwerker, die ihre Kunden mit ungewöhnlichen Lösungen und verbraucherfreundlichen Leistungen und Services überraschen. Die Malermeister Ahle GmbH gehört unbedingt dazu, meint die Jury von HORIZONTE21, den nun erstmals vergebenen Deutschen Marketingpreis für Maler und Stuckateure.

Eine gute, scharf umrissene und sogar mutige Idee, die kundenorientiert bis



V.l.: Michael Thompson (GF Brillux), Hartmut Finke, Dietmar Ahle und Christoph Berdi (Chefredakteur „absatzwirtschaft“).

ins Detail umgesetzt wurde: Das HORIZONTE21-Preisgericht aus Marketingfachleuten und Branchenkennern begeisterte sich für das engagierte Graffiti-Schutz-Konzept der Malermeister Ahle GmbH und würdigte dies mit einem 3. Platz.

Der Paderborner Traditionsbetrieb mit seinen 38 Mitarbeitern hat sich auf Graffiti-Entfernung spezialisiert. Doch statt sich darüber zu freuen, dass die Sprayer großflächig und ungebremsst ihr Unwesen treiben, startete der Betrieb eine viel beachtete Initiative mit **mehrfacher Wirkung**. Geschäftsführer Dietmar Ahle suchte den Kontakt zur regionalen Graffiti-Szene und bot den „Wandkünstlern“ ein legales Betätigungsfeld. Mittlerweile zieren viele gepöhlte Kunstwerke die Fassaden von Paderborn.

Durch diesen ungewöhnlichen Zusammenschluss konnte sich das Unternehmen als Spezialist für künstlerische Wandgestaltungen überregional eta-

blieren. Im gleichen Zug bietet der Betrieb seinen Fassadenkunden eine wohl einmalige Zusatzleistung an: eine Fünfjahresgarantie gegen unerwünschte Graffiti-Bemalung, die Teil des „Vertrags“ mit der Sprayer-Szene ist. Durch das beachtliche Presseecho, das die Initiative auslöste, hat sich Ahle überdies als modernes, sozial engagiertes Unternehmen verdient einen Namen gemacht. „Bereits heute zeichnet sich ab, dass die Idee unseres Preisträgers nicht nur zur Entkriminalisierung der oft jugendlichen Sprayer beiträgt, sondern auch ökonomisch durchaus erfolgreich ist.“, begründete Chefredakteur Christoph Berdi von der Fachzeitschrift „absatzwirtschaft“ die Entscheidung der Jury und wünschte sich, dass diese gelungene Kombination aus wirtschaftlichem Erfolg und sozialer Verantwortung Schule machen möge.