

Jede Menge Kontakte

Erstklassige Pressearbeit brachte Dietmar Ahle einen dritten Platz beim Maler-Marketing-Preis.

■ Dass die technische Qualität der Arbeiten stimmen muss, ist klar. Das erwarten Kunden zu Recht für ihr Geld. Und das wissen auch alle Mitarbeiter der Malermeister Ahle GmbH, die beim Maler-Marketing-Preis von Malerblatt und Caparol auf den dritten Platz kam. „Bei meinem Vater noch war allein die technische Qualität der Arbeiten das, was zählte. Heute kommen verstärkt noch andere Dinge dazu, beispielsweise die soziale Kompetenz im Umgang mit den Kunden“, so Dietmar Ahle. Und dass das Team von Ahle hier besonders stark ist, zeigt der wach-

sende Anteil privater Stammkunden.

Allerdings gibt's besagte soziale Kompetenz nicht automatisch und nicht über Nacht: systematisch wurden die Mitarbeiter darin geschult, wie mit Menschen, wie mit Kunden umzugehen ist. Weil eine Referentin vom Seminaranbieter „Mitmensch“, Frau Dr. Nicole J. Lehmann, von den Mitarbeiter-Aktivitäten des Paderborner Malerbetriebs beeindruckt war, lud sie Dietmar Ahle ein, vor 50 Unternehmern, teilweise aus großen Unternehmen, sein Konzept dort vorzutragen. Freundliche, hilfsbereite und auch technisch versierte Mitarbeiter führen zu zufriedenen Kunden und so auch zu positiver Mund-zu-Mund-Werbung. „Jeden Tag kommen zu uns neue Interessenten, die unsere

Ausstellungsräume sehen und sich beraten lassen wollen.“ Neben dem Chef sorgen Jürgen Klawitter, Andreas Hasse und Mariteres Sprink für persönliche Kundenbetreuung und für die optimale Organisation im Betrieb.

Großen Anteil am Bekanntheitsgrad des Unternehmens haben Veröffentlichungen in der Presse über den Betrieb oder über Aktionen, die von Dietmar Ahle und seiner Crew initiiert wurden. Die gekonnten und professionellen PR-Aktivitäten waren dann auch das, was die Jury aus dem Marketing-Paket am meisten beeindruckte. Es ist kaum zu glauben, wie positiv und auch umfangreich über den Malerbetrieb Ahle berichtet wurde. Die Presseberichte füllen inzwischen einen Ordner, und die Artikel sind fast alle in Medien publiziert worden, die in Paderborn und Umkreis gelesen werden – auch von Kunden oder po-



Dietmar Ahle

tenziellen Auftraggebern. Wie kommt ein Malerbetrieb nun so häufig kostenlos in die Presse? „Man muss außergewöhnliche Dinge tun“, sagt Dietmar Ahle dazu. Mit 08/15-Geschichten wird es schwierig, die Journalisten und letztlich auch die Leser zu begeistern.

Der Auslöser für die Presse-Aktivitäten war ein kritischer Blick auf die Branche: „Ich sehe das Malerhandwerk insgesamt, das sich einfach nicht gut verkauft. Nachdem wir einen anderen Weg schon mit Erfolg beschritten, machten wir auch beim Marketingpreis mit. Ohne Marketing, und speziell ohne Öffentlichkeitsarbeit geht heute gar nichts mehr.“ Ganz wichtig für Dietmar Ahle ist seine Fähigkeit, auch kritisch auf den eigenen Betrieb und auf die eigene Person zu schauen. Nachdem er auf bestimmten Gebieten noch einen Verbesserungsbedarf erkannte, holte er sich einen Coach ins Boot, der ihn gezielt berät und die Umsetzung der beschlossenen Schritte begleitet. Der Erfolg der Malermeister Ahle GmbH war nur da-

Maler Marketing Preis



Eine Initiative von Malerblatt und Caparol

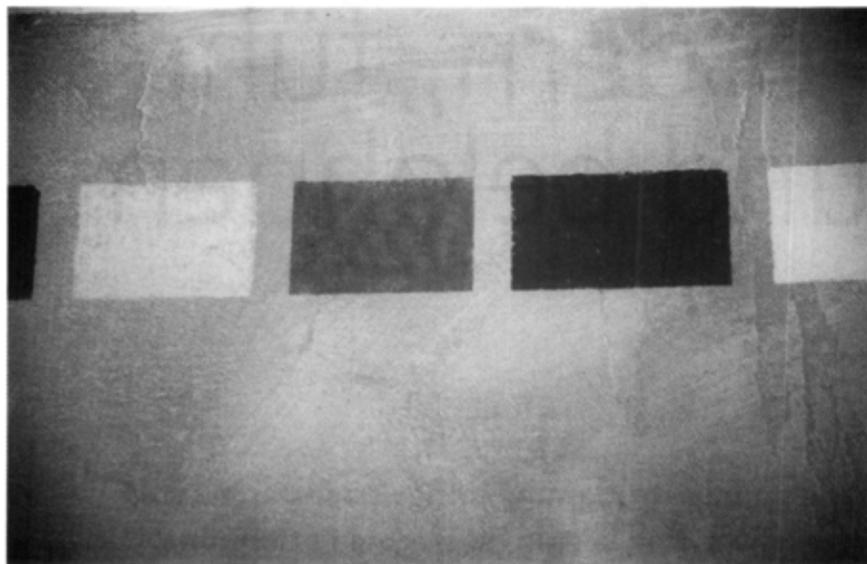


Eingangsbereich der Malermeister Ahle GmbH

FAXHOTLINE

Presseberichte und Auszüge aus den Unterlagen können Sie kostenlos abrufen über die **Malerblatt-Faxhotline** unter der Nummer **(01805) 212579-50**





Außergewöhnliche Techniken bringen Interessenten und Kunden ins Haus.

Fotos: Ulrich Schweizer

durch möglich, dass die Mitarbeiter die betrieblichen Angelegenheiten zu ihren eigenen machten, sprich: diese Menschen sind hoch motiviert und bringen sich deshalb mit Herzblut ein. Nur so konnte auch die größte Aktion gestemmt werden, die Dietmar Ahle bislang in Angriff nahm: rund 800 Leute kamen zu einem Event, den der dynamische Paderborner Malermeister gemeinsam mit Partnern der Kooperation „Paderhaus“ anschob – eine Veranstaltung mit dem jungen Künstler und Mode-Designer Oliver Kray, siehe auch Seite 56. Auch im Vorfeld und in der Nachbereitung dieser Sache war eines immens wichtig: die Öffentlichkeitsarbeit. Über Dietmar Ahle und über Paderhaus war so viel in der Presse zu finden, dass die meisten Menschen aus dem Einzugsgebiet spätestens zu diesem Zeitpunkt über den etwas anderen Malerbetrieb gelesen hatten. Der frühere Graffiti-Sprayer konnte auch schon lange vor dem großen Event seine Kunst plakativ präsentieren: an der Fassade des Betriebsgebäudes der Ahle GmbH: „Ganze Pilgerzüge von Menschen wollten damals die Fassadengestaltung anschauen. Eine Menge potenzieller Kunden wurde so auf den Paderborner Betrieb aufmerksam und kam auch direkt an das Ausstellungsgebäude. Möglicherweise führte auch das dazu, dass inzwischen immer mehr Interessenten sporadisch vorbeikommen, um sich in Ruhe

die Präsentationsräume anzuschauen. Seither ist auch eine kontinuierliche Zunahme von Aufträgen über kreative „Edeltechniken“ zu spüren.

Dietmar Ahle engagiert sich aber nicht nur für seinen Betrieb und für seine Kunden. Er setzt sich auch als Obermeister der Innung Paderborn und als Vorsitzender des Ausschusses Werkstoff und Technik im Landesinnungsverband Westfalen fürs Malerhandwerk ein.

Wer so häufig in der Öffentlichkeit und in den Medien präsent ist, der hat auch Kritiker: „Ich bin nicht überall beliebt – aber damit lebe ich gut.“ Im übrigen zählt immer nur das Ergebnis: dem Betrieb jedenfalls bringen all diese Aktivitäten Kontakte, neue Kunden und gute Aufträge.

Ulrich Schweizer

Kontakt:
Dietmar Ahle
Malermeister Ahle GmbH
Friedrich-List-Straße 6
33100 Paderborn
Tel.: (05251) 152990
Fax: (05251) 1529999
malermeisterahle@t-online.de
www.malermeister-ahle.de

