

Ausgezeichnetes Marketing

Zum ersten Mal wurde der Deutsche Marketingpreis für Maler und Stuckateure »Horizonte 21« vergeben. Die feierliche Preisübergabe fand am 14. Dezember 2005 in Münster statt. Rund 60 Betriebe reichten überdurchschnittlich durchdachte und erfolgreiche Marketingkonzepte ein.

Die Jury einigte sich auf einen ersten, einen zweiten und zwei dritte Preisträger. Der erste Preisträger erhielt einen VW Caddy als Sachpreis.

1. Platz: Malerbetrieb Wilp, Emsdetten: Der Malermeister Hermann Wilp setzte innerhalb seines Betriebes das Konzept der Kooperation Raumfabrik von Münster/Osnabrück konsequent um und erhielt für diese erfolgreiche Implementierung den ersten Preis.

Zusammen mit acht weiteren Handwerksfirmen der wesentlichen Bau- und Ausbaugewerke schloss sich Wilp zur Raumfabrik GmbH in Münster/Osnabrück zusammen und folgte somit der erfolgreichen Geschichte der Raumfabrik, Wuppertal.

2. Platz: Remmers Malerwerkstätten GmbH & Co.KG, Bonn: »VerWANDlung« heißt das Konzept, mit dem Remmers-Geschäftsführerin Ursula Kohlmann und ihr Mann lukrative Kunden gewinnen. Die Idee: den Kunden wird nur das Finish, die letzte dekorative Beschichtung, angeboten. Die Vorarbeiten werden von einer anderen Firma erledigt. Dadurch entsteht ein Alleinstellungsmerk-

mal, das Unternehmen kann mit deutlich höheren Margen überregional arbeiten.

3. Platz: U. Leibbrand GmbH, Schorn-dorf: Auf die Formel »1+1+1=15« bringt das Malerunternehmen Leibbrand die Quintessenz des neuen Fassaden-Leistungspakets. Jeweils eine »1« in Meisterqualität, Premiumprodukt und Servicepaket – das summiert sich für den Auftraggeber und seine Fassade zu einer dreifachen Gewährleistungsverlängerung auf 15 Jahre.

3. Platz: Malermeister Ahle GmbH, Paderborn: Der Paderborner Traditionsbetrieb Ahle mit seinen 38 Mitarbeitern hat sich auf Graffiti-Entfernung spezialisiert. Durch den Kontakt zur regionalen Graffiti-Szene kann der Betrieb seinen Fassadenkunden eine Fünfjahresgarantie gegen unerwünschte Graffiti-Bemalung anbieten.

Die Initiatoren des Marketingpreises »Horizonte 21« sind Brillux und die beiden Zeitschriften Absatzwirtschaft und Mappe.

Mehr zu den Marketing-Ideen können Sie im Internet abrufen unter [www.ausbauundfassade.de/down\(020606.pdf\)](http://www.ausbauundfassade.de/down(020606.pdf)).



Die Preisverleihung beim Marketingwettbewerb für Maler und Stuckateure. Wer den Jahresumsatz um zehn bis 50 Prozent im Geschäftsjahr 2004 steigern konnte, muss vieles richtig gemacht haben. Die vier Preisträgerbetriebe haben den Geschäftserfolg mit Unternehmens- und Verkaufsförderungsstrategien verwirklicht. (Foto: Brillux)