

# Marketingpreis «Horizonte21»: Zwei Erfolgsgeschichten

**(pd) Warum bekommt der eine Handwerker den Auftrag und der andere geht leer aus? Zünglein an der Waage sind oft nicht harte Fakten wie Preis und Kompetenz, sondern weiche Faktoren wie Sympathie, Vertrauen und das Gefühl, verstanden zu werden. Wie man diese Wettbewerbsvorteile gezielt durch persönliches Marketing aufbaut, machten im Jahr 2005 zwei Preisträger des Marketingwettbewerbs «Horizonte21» vor.**



Die begehrten «Oskars» von «Horizonte21», dem ersten deutschen Marketingpreis für Maler und Gipser, können auch von Schweizern gewonnen werden.

Die zunehmende Anonymität im Alltagsleben wird von vielen Personen als störend empfunden – bei komplexeren Dienstleistungen fordert der Kunde deshalb das genaue Gegenteil: Individualität. Und diese erschöpft sich beileibe nicht nur an den Details der Leistung. Im Zweifelsfall bekommt speziell im Privatkundengeschäft derjenige Anbieter den Zuschlag, der freundlicher, höflicher, aufmerksamer, zuverlässiger, vertrauter und eifriger bestrebt ist, die Wünsche des Kunden genau zu erfüllen.

## Dialog mit dem Kunden – mehr als reine Bauchsache

Zwei deutsche Unternehmen, die bewusst Wettbewerbsvorteile durch persönliches (Beziehungs-)Marketing aufbauen, gehören zu den Gewinnern 2005 des Marketingpreises «Horizonte21». Sie wurden für die besten Marketingaktionen ausgezeichnet. Es sind dies die Firmen Raumfabrik GmbH aus Münster/Osnabrück und Remmers Malerwerkstätten aus Bonn.

In der Raumfabrik kooperieren zehn Betriebe des wesentlichen Bau- und Ausbaugewerbes mit dem Anspruch, dem Kunden sowohl in Idee und Ausführung als auch durch reibungslose Abläufe und vorbildliches Verhalten auf der Baustelle ein Handwerkserlebnis der besonderen Art zu bieten. Dafür investiert das Unternehmen z.B. genauso stark in die fachliche Weiterbildung der

Mitarbeiter wie in kundenorientiertes Verhalten.

Ein zentrales Marketinginstrument der Remmers GmbH sind Firmenveranstaltungen. Damit pflegen Geschäftsführerin Ursula Kohlmann und ihr Mann die persönlichen Beziehungen zu ihren Kunden. Im eigenen Atelier, wo sie ausschliesslich das hochwertige, oft künstlerische Finish für Oberflächen fertigen, finden das ganze Jahr über Events im kleinen Kreis statt. Diese Anlässe sind die beste Gelegenheit, engen Kontakt zu den Auftraggebern zu schaffen und zu halten.

## «Horizonte21»: Gespannt auf neue Konzepte

Die Initiatoren des Marketingpreises «Horizonte21» (vgl. applica 12/2007, S. 24) sind überzeugt, dass es noch viel mehr Betriebe gibt, die im Stillen mit durchdachten und konsequent umgesetzten Marketingkonzepten bei ihren Kunden punkten. Genau diesen Unternehmen und ihren Aktivitäten bietet der nun zum zweiten Mal ausgeschriebene Wettbewerb eine spannende Bühne und ein hochkarätiges Vergleichsforum. Teilnehmen können Maler und Gipser aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden. Teilnahmeunterlagen sind unter [www.horizonte21.de](http://www.horizonte21.de) zu finden. Einsendeschluss ist der 31. Oktober 2007. ■