



V.l.: Heinzbert Mies (Jury/DLG), Florian und Beate Hofmann, Anne und Jens-Peter Zeyn, Albert und Annette Feldmann.

Lohnunternehmen-Marketingpreis 2011

Laudatio der Jury für die Gewinner

Vorgetragen von Heinzbert Mies, Marketingleiter der DLG und Mitglied der Jury.



Zum Lohnunternehmen
Hofmann aus Würzburg/Bayern:
www.weinbauservice.de

Direkt nach der eigenen Ausbildung zum Winzer ein Lohnunternehmen zu gründen, ist bestimmt kein gewöhnlicher und ganz logischer Schritt. Florian Hofmann ging diesen Weg und ist damit offensichtlich erfolgreich: Lohnunternehmer in der Dauerkultur Wein, mal kein Grünland und kein Ackerbau. Flankiert von Arbeiten für Kommunen wie Böschungsmähen, Kehr- und Winterdienst. Als wir den wirklich perfekt ausgestatteten Bewerbungsordner in den Händen hielten, konnten wir kaum glauben, dass sein Unternehmen gerade einmal knapp 12 Jahre besteht, aber in jeder Phase des Aufbaus dem Thema Kundengewinnung und Kundenbindung besondere Aufmerksamkeit geschenkt hat. Etwa 15 Mitarbeiter, ein breit aufgestelltes Angebot an Leistungen, echtes Teamwork und ein Logo, dass doch irgendwie anders war. Solche Versuche gibt es zwar öfters, aber nicht immer gelingen sie. In diesem Fall aber passt alles optimal zusammen! Für uns der Grund, das LU Hofmann hier und heute Abend auszuzeichnen. Herzlichen Glückwunsch!



Zum Lohnunternehmen Zeyn, Tespe/
Niedersachsen: www.zeyn.de

Über 70 Mitarbeiter an zwei Standorten in Nord-Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern sind Dimensionen, über die viele andere Lohnunternehmen nicht nachdenken wollen oder können. Das hinter einem Unternehmen dieser Größe ein ausgefeiltes Marketingkonzept steckt, war zu erwarten: Überregional zu denken und zu agieren, ohne dabei die regionalen Besonderheiten der Kunden zu übertünchen. Begriffe wie Corporate Design gehören zum Alltag und werden lückenlos eingehalten – von der eigenen Typo, den zielgruppenspezifischen Kundenanschriften über die Kleidung, die Lackierung der Fahrzeuge bis hin zur Powerpoint-Vorlage bei Vorträgen für Besuchergruppen. Sogar eine eigene Dokumentenmappe gehört dazu. Dabei ist man seinen Ursprüngen immer treu geblieben: im aktuellen Logo erkennt man noch deutlich die ursprüngliche, erste Version (Milka lässt grüßen!). Hier gehen Tradition und Fortschritt Hand in Hand. Trotz Größe und Professionalität im Marketing findet sich der Kunde immer persönlich und regional angesprochen. Also: Größe muss nicht gleich unpersönlich bedeuten! Für uns der Grund, auch das LU Zeyn als Dritten im Bunde auszuzeichnen. Herzlichen Glückwunsch!



Zum Lohnunternehmen Feldmann
aus Münster/Nordrhein-Westfalen:
www.albertfeldmann.de

Egal was man bei der Bewerbung des Lohnunternehmens Feldmann in die Hände nahm, auffallend war immer: Die Liebe zur Arbeit im landwirtschaftlichen Lohnunternehmen, die Identifikation mit dem Betrieb und auch die Verbundenheit mit der Region und den Kunden. Und diese scheinen seit mehr als 75 Jahren die persönliche Art des Unternehmens ebenso zu schätzen wie seine Kompetenz. Damit ist das Unternehmen Feldmann für uns ein gelungenes Beispiel für Kundenbindung über Authentizität. Denn Emotionen sind ein wichtiger Eckpfeiler der mittlerweile über 75-jährigen Erfolgsgeschichte. Sein Logo ist Persönlichkeit pur, ist Nutzenversprechen und signalisiert Verlass: ...Feldmann kommt! In der Kombination eine einzigartige Mischung, bei der sich das Persönliche wie ein roter Faden durch alle Maßnahmen zieht. Grund genug, das LU Feldmann als einen der drei Gewinner des Marketingpreises am heutigen Abend auszuzeichnen. Herzlichen Glückwunsch!