

Preise für erfolgreichste und p

- f
- gste Marketingkonzepte ausgelobt

Von Spezialfiltern bis zum Internationalen Hansetag

Jährlich im November vergibt der Marketing-Club Magdeburg die Auszeichnungen MarketingHIGHLIGHT und MarketingCHANCE an Unternehmen aus Sachsen-Anhalt mit den erfolgreichsten und p

- f
- gsten Marketingkonzepten. Die Volksstimme stellt diesjährige Bewerber vor.

Carbonit Filtertechnik

Auf Containerschiffen, bei der künstlichen Blutwäsche, in Zahnarztstühlen, bei der Fischzucht oder der Behandlung von Schwimmbadwasser – Filterelemente der Salzwedeler Carbonit Filtertechnik GmbH kommen vielerorts zum Einsatz. Um Kunden in Deutschland anzusprechen, setzt das 20 Mitarbeiter starke Unternehmen auf ein besonderes Vertriebskonzept, bei dem die Fachhändler im Fokus der Bemühungen stehen: Das 1997 gegründete Unternehmen bezieht seine Partner durch Quali

- zierung und aktive Unterstützung bei der Kundenansprache individuell in das Marketing ein – mit Erfolg. Das Konzept erhöhe den Anteil des Absatzweges „Stationärer Handel“ im Vertriebsportfolio, heißt es dazu in den Bewerbungsunterlagen.

Krampitz Tanksystem

„Die Tankstellenmacher“. Die Krampitz Tanksystem GmbH aus Henningen bei Salzwedel ist zwar erst vier Jahre alt, hat aber bereits Kunden in aller Welt. 75 Mitarbeiter bauen Tanks und Tanksysteme für Energieanlagen wie BHKW oder Notstromanlagen – schwer erklärbare Produkte, die eine Herausforderung für jede Marketingabteilung sind. Um Kunden stärker auf sich aufmerksam zu machen, hat das Unternehmen nach eigenen Worten eine spezielle Art von Werbung kreiert. Dabei wurden harte, technische Details mit spielerisch gezeichneten Erläuterungen zu speziellen technischen Problemen verknüpft. Seit Beginn der Kampagne sei eine deutlich festere Kundenbindung spürbar, heißt es in den Bewerbungsunterlagen. Das Vertrauen der Altkunden und die Akzeptanz im Markt bei der Gewinnung von Neukunden seien gestiegen.

Hansestädte

Hansestädte im Mittelpunkt. Mit ihren Marketingkonzepten für den 28. Internationalen Hansetag 2008 in Salzwedel und für die Hansestädte der Altmark hat sich die Salzwedeler Werbeagentur Plattform um die begehrten Marketingpreise beworben. Anzeigenkampagnen, Medienpartnerschaften, Sponsoringmaßnahmen sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit führten nicht zur Auswahl Salzwedels als Ausrichtungsort, sondern auch zu einer der größten Veranstaltungen in der Geschichte des Hansetages: 125 Städte aus 13 Ländern kamen in die Altmark. Salzwedel habe aufgrund aktiven Marketings den Teilnahmerecord (Lippstadt 2007, 119 Städte) gebrochen, schreiben die Brüder Platte, Inhaber der Plattform-Werbeagentur, in ihren Bewerbungsunterlagen.

Gemeinsam mit der Stadt Salzwedel haben die Werbeexperten einen zweiten Wettbewerbsbeitrag eingereicht: die Marketingaktivitäten im Vorfeld des Hansetages, die acht altmärkische Städte und deren Bemühungen um den Titel „Hansestadt“ in den Mittelpunkt rückten.