

roomy-award 2009 Die drei Besten der Branche

So sehen unsere Sieger aus



Räumten ab: Christoph und Klaus Bauer (v.l.).
Bild: Wolfson

Ideenreichtum, Hartnäckigkeit und Disziplin sind nur drei der Eigenschaften, die den Gewinnern des roomy-awards 2009 gemein sind. Mit ihrem Unternehmergeist haben sie sich gegen hochkarätige Bewerber behauptet.

¹ Fußboden Bauer, Kothen/Rhön

Keine leichte Aufgabe hatte die Jury, aus den 25 preiswürdigen Bewerbungen die Besten zu küren. Umso größer ist die Freude bei den Brüdern Klaus und Christoph Bauer, die sich ein Jahr lang „Beste der Branche“ nennen dürfen. Mit der „Welt der Böden“ hat es das Handwerksunternehmen Fußboden Bauer geschafft, anspruchsvolle Kunden aus einer Entfernung von 100 Kilometer in ein 450-Seelen-Dorf in der Rhön zu locken. Dort werden diese mit allen Sinnen begeistert: Vom Barfußpfad über das Riechen und Schmecken, das Fühlen und Hören. Gleichzeitig organisiert Geschäftsführer Klaus Bauer mit der Kooperation SINNreich – ein Netzwerk von zwölf regionalen Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen – hochwertige Events, zu denen jeder Mitgliedsbetrieb seine 400 wichtigsten Kunden einlädt.

Konsequentes Marketingkonzept

Überzeugt hat die Jury bei Fußboden Bauer unter anderem das professionelle Marketingkonzept, die konsequente Umsetzung der Marketingideen und die erfolgreiche Ausbildung der Mitarbeiter (erster, zweiter und dritter Bundessieger beim Leistungswettbewerb des Deutschen Handwerks).

² Bayern Handwerk Exklusiv, Hohenlinden

Als Raumausstattermeister Michael Krebs vor drei Jahren plante, auch im Ausland tätig zu werden, schloss er sich dem Netzwerk Bayern Handwerk Exklusiv (BHE) an. Damit gehört er zu einer außergewöhnlichen Kooperation von zwölf kleinen und mittleren Handwerksbetrieben mit einem aufeinander abgestimmten Leistungsangebot. Laut Gründungsmitglied Elisabeth Rumpfinger zielt das Konzept der Initiative, die es auf den zweiten Platz des roomy-awards schaffte, auf eine gemeinschaftliche Kundenakquisition in ausländischen Märkten. In Zeiten zunehmender Konkurrenz erhalten Kunden über jeweils einen Ansprechpartner Zugang zu einem erfahrenen Netzwerk zuverlässiger Dienstleister nicht nur regional, sondern weltweit. Das Netzwerk eröffnete bereits Niederlassungen in Dubai und Russland.

Handwerk made in Germany

Für die Jury war ausschlaggebend, dass das Konzept von BHE auf regionale wie auf internationale Kundenakquisition ausgerichtet ist, bei der die Gemeinschaft und nicht das Einzelprodukt im Fokus steht. So bringt BHE Projekte made in Germany auf der ganzen Welt zu einem erfolgreichen Abschluss.

³ Ambiente Marketing GmbH, Tecklenburg

Martin Engelbert, Geschäftsführer der Ambiente Marketing GmbH, hat mit IDA eine Kooperation der besonderen Art realisiert: In der IDA, der Innovationsakademie Deutscher Apotheken, bieten die Netzwerkpartner – unter anderem Bayer Health Care und Meditec, Apothekern ganzheitliche Lösungsansätze zur Gestaltung kundenfreundlicher Räume. Dafür wurde eine Musterapotheke entworfen, nach deren Vorbild binnen 18 Monaten zehn Apotheken realisiert wurden.

Mehr als 1.000 Seminarteilnehmer aus deutschen Apotheken werden jährlich in der IDA in Köln geschult. In der funktionierenden Musterapotheke sehen sie idealtypische Anwendungen eines kompletten Apothekenkonzeptes. Auf diese Weise wird dort zum Beispiel der Einfluss von Laufwegen auf den Kunden untersucht.

Wissen exklusiv umsetzen

Die so gewonnenen Erkenntnisse nutzt Ambiente Marketing für die Planung und Gestaltung von kundenorientierten Apotheken.

Dieser Punkt war für die Jury entscheidend: So schafft dieses Netzwerk durch laufende Anwendung neuer Erkenntnisse die Apotheke der Zukunft zum Anfassen.

Weitere Bilder

Bild 2 von 3



Michael Krebs (l.) und Elisabeth Rumpfinger.
Bild: Wolfson

Bild 3 von 3



Martin und Martina Engelbert.
Bild: Göpel