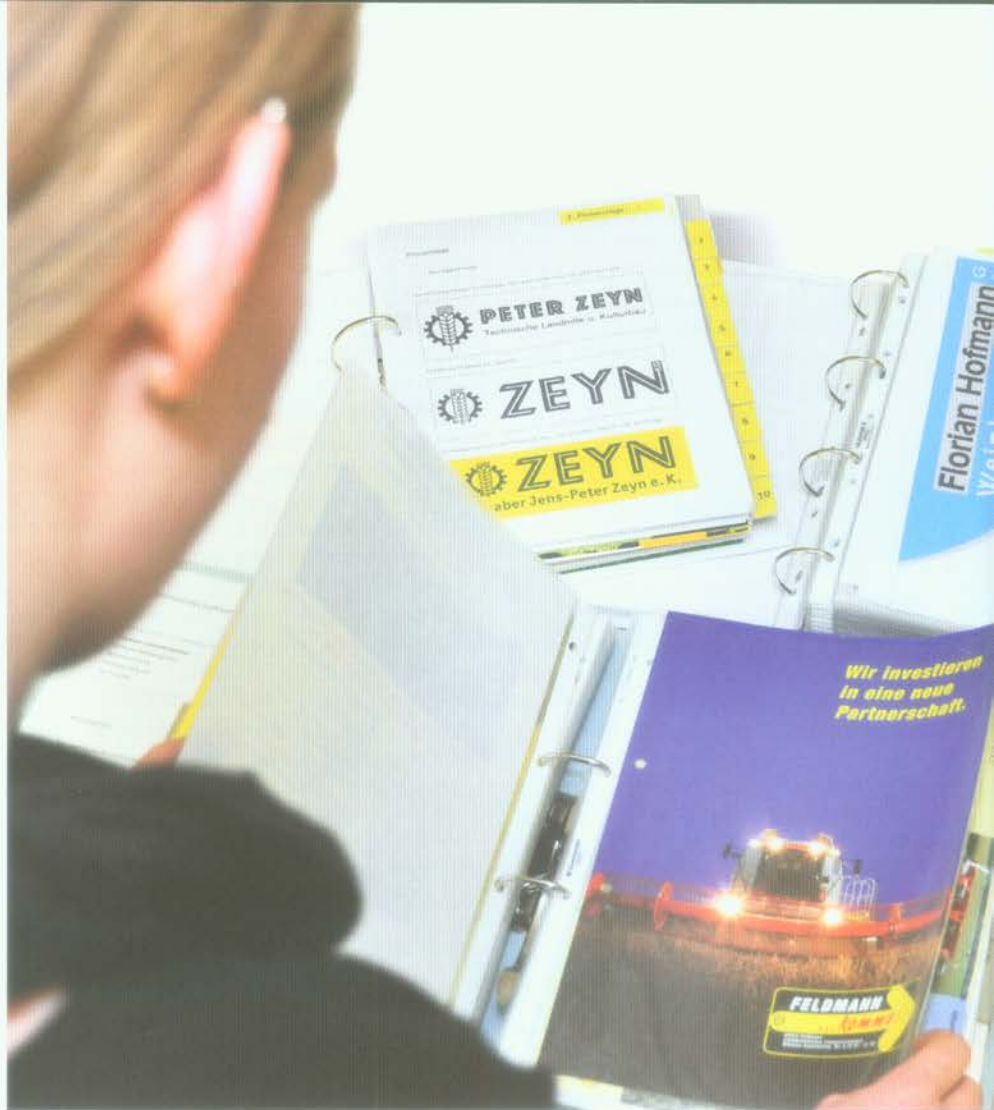




Lohnunternehmen Marketingpreis 2011

Konzepte der Gewinner

Auf der Agritechnica haben wir die Finalisten und Gewinner des Lohnunternehmen Marketingpreises ausgezeichnet. Aber was macht die Gewinner eigentlich für uns so besonders, das wir sie aus der Masse der Bewerbungen ausgewählt haben? Auf den kommenden Seiten nehmen wir ihre Konzepte und Besonderheiten einmal näher unter die Lupe.



Briefpapier, Ausdrucke, CDs mit etlichen Bildern und Filmen, gesammelte Zeitungsberichte... Bei vielen unserer Teilnehmer füllen die Marketingleistungen ganze Ordner.

Als die Bewerbungen für den Lohnunternehmen Marketingpreis 2011 eingingen, war relativ schnell klar, dass die Einsendungen nicht vergleichbar mit denen von 2009 sein würden. Zwar erreichten uns ungefähr genauso viele dicke Pakete, aber der Inhalt war doch etwas anders: Lagen den Bewerbungen 2009 fast jedes Mal ein bunter Strauß an Werbearbeiten bei, lag der Schwerpunkt dieses Mal eindeutig auf dicken Ordnern mit akribisch dokumentierten Werbekonzepten – teilweise mit Entwicklungsschritten über mehrere Jahrzehnte bis heute. Zu fast jedem Punkt in unserem Fragebogen fanden

wir Belege, Fotos und Anschauungsmaterial. Für unsere Redaktion war jedes Paket ein klein wenig wie Weihnachten im September. Nie wusste man im Voraus, was man darin finden würde. Auch in Sachen Qualität konnten wir einige Unterschiede feststellen: waren es 2009 einige gute bis sehr gute Konzepte und ein breites Mittelfeld, so lag die Qualität in dieser Runde fast ausnahmslos im Bereich der Spitzenklasse. Die Auswertung mit der Jury nahm dann auch viele Stunden in Anspruch. Letztendlich fiel die Wahl auf drei sehr unterschiedliche Unternehmen.

Gesa Lormis, Redaktion Lohnunternehmen

Es hat uns gefreut zu sehen, dass auch in anderen (Fach-) Zeitschriften und teilweise der regionalen Presse über unsere Gewinner berichtet wurde.

Feldmann gewinnt LU-Marketingpreis

Die Albert Feldmann GmbH & Co. KG, Lohnunternehmen in Amelsbüren, hat den Lohnunternehmer-Marketingpreis 2011 gewonnen. Auf der Agritechnica in Hannover erhielt Albert Feldmann den Preis aus den Händen von Bernard Krone.

Alle zwei Jahre zeichnet die Fachzeitschrift „Lohnunternehmen“ Marketingkonzepte von Unternehmen aus, von deren nachhaltiger Wirkung auf Kunden sie überzeugt ist. Unter-

Quelle: Landwirtschaftliches Wochenblatt

Quelle: Main Post

Marketingpreis für Weinbauservice Florian Hofmann

Mit dem Marketingpreis zeichnet die Fachzeitschrift „Lohnunternehmen“ Konzepte aus, von deren nachhaltiger Wirkung auf Kunden sie überzeugt ist. Die Fachjury wählte in diesem Jahr unter mehr als 5000 Lohnunternehmen den Würzburger Weinbauservice Florian Hofmann, Unterer Kirchbergweg 122, als Preisträger. Die Übergabe fand anlässlich der weltgrößten Landtechnikmesse „Agritechnica“ in Hannover statt. Die Jury würdigte die Qualität der Logogestaltung, die Aufnahme zu Kunden und den Kontakt vor Ort.

Quelle: Rebe und Wein

Marketingpreis



Florian Hofmann (Bildmitte) vom Weinbauservice aus Würzburg erhielt den „Lohnunternehmen-Marketingpreis 2011“. Der Preis wird alle zwei Jahre bundesweit und in der Schweiz bei mehr als 5000 Lohnunternehmen ausgeschrieben.

Eine Fachjury wertete die Bewerbungen aus und ermittelte drei gleichwertige Gewinner. Die Übergabe des Lohnunternehmen-Marketingpreises und die Ehrungen der Gewinner fanden in diesem Jahr auf der Landtechnikmesse Agritechnica in Hannover statt. Mit dem Lohnunternehmen Marketing Preis zeichnet die Fachzeitschrift „Lohnunternehmen“ Konzepte aus, von deren nachhaltigen Wirkung auf Kunden sie überzeugt ist. Unterstützt wird die Aktion von der Maschinenfabrik Krone und dem Bau- und Landmaschinenhersteller JCB. fww

FELDMANN**...kommt!**

Heinzbert Mies, Jurymitglied und DLG-Marketingleiter, sprach bei seiner Rede auf der Agritechnica vom Lohnunternehmen Feldmann als ein Unternehmen mit Herzblut. Auf allen

Ebenen sah man der Bewerbung an, dass dahinter jemand steckt, der seinen Beruf liebt. Im Vergleich mit anderen Konzepten wirkte es vielleicht „hausgemacht“, aber auf keinen Fall wie eine glatte, standardisierte Agenturleistung.

Wer steckt dahinter?

Genau kann man diese Frage gar nicht beantworten. Im Unternehmen Feldmann ist Marketing zumeist eine Gemeinschaftsleistung. Als Unternehmenseinhaber, führende Köpfe und Verantwortliche sind Albert und Anette Feldmann immer involviert. Aber auch Mitarbeiter können sich einbringen, wenn sie möchten. Insbesondere Aushilfsfahrer und Freund der Familie Klaus Müller hat sich im Laufe der Zeit als wertvolle Hilfe erwiesen. Besonders die Gestaltung und Pflege der Homepage liegt in seinen Händen. Da Klaus Müller häufiger selbst draußen, direkt vor Ort bei den Maschinen ist, kümmert er sich auch um aktuelle Fotos. Bei größeren Projekten scheut man sich auch nicht, bei „Leuten vom Fach“ nach zu fragen. So entstanden im Laufe der Jahre zahlreiche Kontakte, die immer wieder mit Rat und Tat zur Seite stehen. Wenn eine Veröffent-

lichung in Form von Flyern oder ähnlichen ansteht, wird oft erst im Mitarbeiter- und Bekanntheitskreis geschaut ob jemand Zeit und Lust hat sich dessen anzunehmen. Erst als allerletzte Lösung werden Agenturen mit ins Boot geholt.

Logo

Aus diesem Grund war es vor ca. 10 Jahren auch ein guter Freund, der der bei der Gestaltung eines passenden Logos half. Es sollte das Unternehmen widerspiegeln und die wichtigsten Werte -Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Professionalität - reflektieren. Der gelbe Pfeil ist seitdem in Verbindung mit dem Slogan „Feldmann ...kommt!“ das Markenzeichen der Münsteraner. Eine Änderung ist nicht in Sicht, man ist vollauf zufrieden damit und zeigt dies auch. Das Logo prangt auf Flyern, Visitenkarten, der Arbeitskleidung, den Fahrzeugen, ... Der schwarze Hintergrund ist dabei kein zwingender Bestandteil, hat sich aber aufgrund der Kontrastwirkung bewährt.



Innovation bewegt



Wir gratulieren zum
Lohnunternehmen
**Marketingpreis
2011**

den Gewinnern:

Lohnunternehmen Feldmann
Lohnunternehmen Hofmann
Lohnunternehmen Zeyn





Die „Kipperpyramide“ war eines der Highlights beim Fest zum 75jährigen Betriebsjubiläum.

Fahrzeugbeschriftung

Bei der Beschriftung der Fahrzeuge gibt man sich relativ pragmatisch. Jedes Fahrzeug wird mit dem Logo und der Adresse versehen, wobei höchstens die Größe des Aufklebers variiert. Dabei wird mehr Wert auf die Wiedererkennung, als auf den „Eyecatcher-Effekt“ gesetzt.

Detailverliebt ist man allerdings bei den Nummernschildern: Nicht nur, dass alle Fahrzeuge mit den Kennzeichen „MS-AF“ die Initialen des Unternehmensinhabers tragen. Die laufenden Nummern des Kennzeichens stehen auch immer in Verbindung mit dem Fahrzeugmodell. So trägt der Jaguar 960 das Kennzeichen „MS-AF 960“.

Jubiläen

Das Lohnunternehmen Feldmann besteht seit fast 80 Jahren als Familienunternehmen. Als sich für 2008 das 75 jährige Betriebsjubiläum näherte, fasste man den Plan dieses im großen Stil zu feiern. Nach fast zweijähriger Vorbereitungszeit fand auf dem Betriebshof ein Feierwochenende mit mehreren hundert Gästen aus Industrie und Handel, Kundenkreis und Freunden statt. Um diese zu unterhalten hatte man sich einiges einfallen lassen. Zu den Highlights zählten die Auszeichnung des Betriebes als „Anerkannter Fachbetrieb“ durch den Bundesverband Lohnunternehmen sowie eine Pyramide

aus mehreren Kipperzügen, die zahlreiche Besucher anlockte.

Bei der Organisation der Feier hatte es sich bewährt, mit mehreren Leuten zu arbeiten. In regelmäßigen Treffen wurden Ideen ausgetauscht, entwickelt und Verantwortlichkeiten bei der Umsetzung festgelegt. In dem Gremium saß auch Dr. Franz Peter Schollen, freiberuflicher Journalist, der insbesondere die Berichterstattung in den Medien im Blick hatte. Egal ob im Vorfeld oder danach. Einen solchen Aufwand für ein einziges Wochenende betrieben zu haben, scheint sich gelohnt zu haben. Neben der positiven Resonanz der Besucher erschienen mehrere, längere Zeitungs- und Zeitschriftenartikel über das Lohnunternehmen und seine Jubiläumsfeier.

Intensive Pressearbeit

Dass sein Unternehmen immer wieder in Zeitungen und Zeitschriften auftaucht, hat sich Albert Feldmann in den letzten Jahren erarbeitet. Als seine Eltern noch das Unternehmen führten gab es eher wenige Kontakte zur Presse. Während seiner Lehrzeit als Fachagrarwirt Anfang der 90er Jahre begann er aber, angestoßen durch das Fach „Marketing“, Kontakte zu knüpfen und Seminare zum Thema zu besuchen. Allerdings machte er Nichts ohne Rücksprache mit seiner Frau, wie er betont. Und bevor irgendetwas veröffentlicht wird, möchte er es Korrektur lesen. Hin und wieder gäbe sich die lokale Presse schwer damit, aber er bestehe darauf. Gerade bei Journalisten, die nicht über den fachlichen Hintergrund verfügten. „Davon haben doch beide Seiten mehr, wenn alles richtig dargestellt wird.“, ist seine Meinung.

Auch wenn er kein direktes Monitoring hat, ob er Kunden über seine Auftritte in den Medien gewinnt, ist er vom Nutzen überzeugt: „Einzelne Berichte bringen da vielleicht weniger, aber es ist ja die Kontinuität. Wenn der Name immer wieder auftaucht, dann bleibt er auch hängen.“

Homepage

Die Homepage ist vor allem ein Mittel, um aktuelle Entwicklungen im Unternehmen zu präsentieren und Interessierten ein Bild von den

Auf die Düngerverordnung richtig reagieren

Lauf Düngerverordnung dürfen auf Acker- und Grünland nur noch 170 kg/ha N pro Jahr aus Wirtschaftsdünger ausgebracht werden. Jetzt kommt es darauf an, Gütle verlustarm an die Pflanze zu bringen.



Die neue Düngerverordnung ist ein wichtiger Schritt, um die Nährstoffbelastung der Böden zu reduzieren. Die neue Regelung sieht vor, dass nur noch 170 kg Stickstoff pro Hektar und Jahr ausgebracht werden dürfen. Dies ist eine deutliche Reduzierung gegenüber den bisherigen 250 kg/ha. Um diese Reduzierung zu bewerkstelligen, müssen Landwirte auf effizientere Düngemethoden umstellen. Dies kann durch die Verwendung von Stickstoffeffizienzmitteln (SEMs) erreicht werden, die die Stickstoffaufnahme der Pflanzen verbessern. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Optimierung der Düngungstermine und -mengen. Durch die Verwendung von Stickstoffeffizienzmitteln (SEMs) kann die Stickstoffaufnahme der Pflanzen verbessert werden. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Optimierung der Düngungstermine und -mengen. Durch die Verwendung von Stickstoffeffizienzmitteln (SEMs) kann die Stickstoffaufnahme der Pflanzen verbessert werden.

Die neue Düngerverordnung ist ein wichtiger Schritt, um die Nährstoffbelastung der Böden zu reduzieren. Die neue Regelung sieht vor, dass nur noch 170 kg Stickstoff pro Hektar und Jahr ausgebracht werden dürfen. Dies ist eine deutliche Reduzierung gegenüber den bisherigen 250 kg/ha. Um diese Reduzierung zu bewerkstelligen, müssen Landwirte auf effizientere Düngemethoden umstellen. Dies kann durch die Verwendung von Stickstoffeffizienzmitteln (SEMs) erreicht werden, die die Stickstoffaufnahme der Pflanzen verbessern. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Optimierung der Düngungstermine und -mengen. Durch die Verwendung von Stickstoffeffizienzmitteln (SEMs) kann die Stickstoffaufnahme der Pflanzen verbessert werden.

„Landwirtschaft macht Spaß“



Die CDU-Agrararbeitsgemeinschaft (AG) hat sich in der letzten Sitzung mit der Zukunft der Landwirtschaft beschäftigt. Die AG ist eine wichtige Plattform für die Interessen der Agrarwirtschaft. In der letzten Sitzung wurde über die aktuellen Herausforderungen der Landwirtschaft diskutiert. Ein zentraler Punkt war die Anpassung an den Klimawandel. Die AG fordert mehr Unterstützung durch den Staat, um die Landwirtschaft bei der Bewältigung dieser Herausforderungen zu unterstützen. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Optimierung der Düngungstermine und -mengen. Durch die Verwendung von Stickstoffeffizienzmitteln (SEMs) kann die Stickstoffaufnahme der Pflanzen verbessert werden.

Invitation card for the 75th anniversary of Albert Feldmann. It includes the text '75 Jahre Lohnunternehmen Albert Feldmann', the date 'Samstag, den 11. April 2006, um 19.00 Uhr', and the location 'Kasperberger Damm 800 44168 Münster-Arnheim'. It also features a small image of the company's premises.

Neben Ankündigungen des „Tag der offenen Tür“ in der Presse lud Albert Feldmann Kunden, Handelsvertreter und Freunde mit edlen Einladungen zu einem Festakt am Abend vorher ein.

Leistungen zu machen. Neben Neukunden ist es vor allem die jüngere Generation, für die ein guter Internetauftritt wichtig sei. „Potentielle Auszubildende informieren sich doch übers Internet über die Ausbildungsbetriebe. Wenn ich da nicht punkten kann, ist es vorbei.“ Der erste Eindruck zählt eben auch im Internet. Eine der wichtigsten Kriterien dabei sei die Aktualität. Zu lang dürften die Lücken zwischen den Updates nicht sein.

Mitarbeiter Klaus Müller behält dabei auch die Besucherstatistik der Seite im Auge. Am Tag kommen mehrere hunderte Klicks zusammen, sogar Besucher aus dem Ausland sind dabei. Neben dem deutschsprachigen Ausland und den Beneluxländern tauchen auch immer wieder die USA und Kanada in der Statistik auf. Albert Feldmann erklärt es sich so, dass weitgereiste Besucher und Aushilfen immer mal wieder



Herzlichen Glückwunsch

Die Jury hat entschieden und die Nominierten und Gewinner des Lohnunternehmer Marketingpreises 2011 festgelegt. Wir von Krone freuen uns sehr, dass Lohnunternehmer aus den verschiedensten Kategorien und Leistungssegmenten zu den Gewinnern gehören und möchten Ihnen dazu ganz herzlich gratulieren. Wir sind froh, dass so innovative und erfolgreiche Unternehmen, wie die Ihren, eindrucksvoll die Leistungsfähigkeit modernen Lohnunternehmertums repräsentieren und wünschen Ihnen und Ihren tüchtigen Mitarbeitern allen erdenklichen Erfolg für die Zukunft.

Mit den besten Grüßen aus dem Emsland

Das gesamte Krone Team

Maschinenfabrik Bernard KRONE GmbH · Heinrich-Krone-Straße 10 · D-48480 Spelle
Telefon 05977/935-0 · Fax: 05977/935-339 · E-Mail: Info.Idm@krone.de

FELDMANN_kommt!

FELDMANN_kommt!
 Nur noch wenige Tage sind das Jahr 2011 mit all seinen Erfahrungen, die es uns gebracht hat, vorbei.
 Wir wünschen Ihnen und Ihren Familien liebe Kunden und Geschäftspartner ein gesundes Weihnachtsfest und für das Jahr 2012 einen guten Start, Gesundheit, Glück und Erfolg.

Wir sind da, wenn Sie uns brauchen!
 I.D. WEB ... und Sie wissen es!
FELDMANN_kommt!...
 gewinnendes (U)Marketingteam 2011!
U)Marketingregeln:
 "FELDMANN_kommt!" unter der 4. Position!
 Und die Rechte...
 bis zum Schluss...
Marketing...
 der Preis ist alles!
LANGOS
 unter neuen Multitalent
Auf weiteren Seiten
 jährlich in Fahrt!
Feldarbeiten
 wenn nicht jetzt, wann denn?

nachsehen was bei ihm los sei oder Visitenkarten mitnehmen und an Freunde und Verwandtschaft weitergeben.

Persönlichen Kontakt halten

Neben der Homepage und Flyern setzt das Unternehmen auf den persönlichen Kontakt zu den Kunden. Aktuelles könne man gut über die Homepage veröffentlichen, aber den Einsatz von neuen Verfahrenslösungen bringe man am besten in einem direkten Gespräch, bei dem Vor- und Nachteile direkt angesprochen werden können, näher, ist Albert Feldmann überzeugt. Zudem sei das direkte Feedback, das einem bei reinen Anschreiben oder Flyeraktionen fehlt, wichtig.

Beim ihm sollen die Kunden

wissen, dass er erreichbar sei und wonan sie bei ihm sind.

Im Wesentlichen beruht das Konzept des Marketings auf der gleichen Philosophie wie das Unternehmen selbst:

Gute Arbeit ist ehrlich, zuverlässig, direkt und persönlich. Und kontinuierlich.

„Ein Mann, ein Wort. Zusage ist Zusage und wird auch gemacht. Für manchen ist das Lohnunternehmen nur die Arbeit, für uns ist es die Existenz.“ so Albert Feldmann abschließend.

gs!

Florian Hofmann GREAT
Weinbauservice

www.Weinbauservice.de

Eine der ersten Sachen, die uns bei dem Bewerbungsordner des Weinbauservices Florian Hofmann auffiel, war das Logo. Beim weiteren Durchsehen des Ordners wurden wir jedoch stutzig: ein ganzer Ordner war gefüllt mit Beispielen aus verschiedenen Bereichen, das Unternehmen hatte aber gerade erst das zehnjährige Jubiläum hinter sich gebracht. Wie konnte das sein?

Wer macht's?

Als junger Unternehmer pendelt Florian Hofmann noch manchmal zwischen Maschinen und Büro. Für die umfassende Beschäftigung mit Marketing fehlt ihm daher Zeit und Ruhe. Dass Marketing jedoch ein wesentlicher Bestandteil eines erfolgreichen Unternehmens ist, haben er und seine Frau erkannt. Deshalb wird in vielen Fällen, wenn etwas getan werden muss – von der Anzeigengestaltung über die Visitenkarten bis hin zur Homepagepflege – Agenturen und Dienstleister gezielt beauftragt. Professionalität soll sich durch alle Sparten des Betriebes ziehen.

Logo

Der blaue Bogen ist von Anfang an im Logo des Unternehmens. Entstanden ist er zur Zeit der Gründung 1999 durch eine Idee von Florian Hofmann selbst. Erst wurde er nur auf dem Briefpapier verwendet, mit

der Zeit fand er auch seinen Weg auf die Maschinen, Hallenbeschriftung etc. Als sich der Marketingbereich professionalisierte und man begann Dienstleister in Anspruch zu nehmen, gab es einige Diskussionen über das Logo. Hofmann setzte sich mit der Argumentation durch, dass Kunden eben dieses Logo kennen und mit seinem Unternehmen verbinden würden, durch. Seit dem ersten Entwurf gab es bisher nur geringe Veränderungen.

Verwendung findet es auf quasi auf jedem Medium, dass sich als Träger eignet.

Homepage

Größere Veränderungen als das Logo durchlief die Homepage, deren Betreuung und Gestaltung vor ein paar Jahren durch einen ex-

ternen Profi übernommen wurde. Von der ersten Version ist nur die Farbgebung erhalten geblieben. Seit der Umstellung kümmern sich Hofmanns nur noch darum, dass die Inhalte auf dem neusten Stand bleiben. Neben übersichtlichen Rubriken setzt die Homepage auf Fachinformationen und Persönlichkeit: Das komplette Team wird vorgestellt.

Visitenkarten

Bei den Visitenkarten setzt man ebenfalls auf Persönlichkeit und das visuelle Gedächtnis der Kunden. Auf den Karten, die es für alle leitenden Angestellten gibt, ist neben dem Namen das entsprechende Portrait abgedruckt. Dadurch haben Geschäftspartner immer das passende Gesicht zum Namen vor Augen. In

Florian Hofmann Weinbauservice

START ÜBER UNS TEAM KONTAKT IMPRESSUM AGBS STELLANGEBOTE AKTUELLES

Weinbergservice

- Maschinenservice mit oder ohne Abwehrausrüstung
- Komplett-Bewirtschaftung
- Maschinelle Weinbergbearbeitung
- SMS, Stenografen, Mechanisierungssysteme
- Rebschnittführung
- Biegen mit Tiefen-Düppelradmaschine
- maschinelle Rebengräbung
- Strauch- und Kompostdüngung
- maschineller Rebvorbereitung
- Entkalkung

Verarbeitungsservice

- Traubenwegen-Vorlauf
- Rebschnittführung
- Maschinellenentwurf

Kommunalservice

- Wästel-Kaum- und Kleberdienst
- Kalkulation

WILLKOMMEN BEIM WEINBAUSERVICE HOFMANN!

Jeder Winzer weiß, dass von Weinberg ständige Pflege braucht. Jeden Tag gilt es dafür Sorge zu tragen, dass es den Reben an nichts fehlt.

Und auch das Umfeld muss stimmen! In erster Linie muss der Winzer für sämtliche Arbeitmaßnahmen, vom Rebschnitt bis hin zur Laie, den richtigen Zeitpunkt wählen. Auch den Schutz vor Krankheiten und Schädlings muss er stets im Auge behalten. Ebenso darf die Begrünungspflege und Bodenbearbeitung im Weinberg dabei nicht zu kurz kommen.

Diese Liste könnte man beliebig fortsetzen:

Nicht alle Aufgaben können vom Winzer im Weinberg selbst erledigt werden. Oft ist die Personalmenge zu dünn, es fehlt an den nötigen Arbeitskräften oder an den jeweils erforderlichen Spezialmaschinen.

Der Weinbauservice Florian Hofmann ist Ihr verlässlicher Partner, wenn Sie professionelle Unterstützung im Weinberg brauchen.

Von der Erledigung spezieller Arbeitsschritte rund um den Rebschnitt bis zum "Rundum-Sorglos-Paket", also der