

PRESSE-INFORMATION

Düsseldorf, den 12.10.2011

Deutscher Marketing-Preis 2011 für Schüco

Der Deutsche Marketing-Preis 2011 geht an die Schüco International KG. Mit dieser höchsten Auszeichnung für herausragende Marketingleistungen prämiiert der Deutsche Marketing-Verband den weltweit erfolgreichen Premium-Anbieter von grüner Technologie rund um die Gebäudehülle für seine konsequent umgesetzte Marketingstrategie unter dem Leitbild Energy³ – Energie sparen, gewinnen und vernetzen. Der Deutsche Marketing-Preis wird am 1. Dezember 2011 bei einer festlichen Gala im Museum für Kommunikation in Berlin verliehen.

Schüco schreibt die Liste der Marketing-Champions fort, die seit 1973 vom Deutschen Marketing-Verband ausgezeichnet wurden. Darunter finden sich so renommierte Unternehmen wie Porsche, Tchibo, Lufthansa, Schwarzkopf und zuletzt die Deutsche Telekom. Juryvorsitzender Karl Georg Musiol, Präsident des Deutschen Marketing-Verbandes: „Wir sind zutiefst beeindruckt, wie Schüco als technikgetriebenes Unternehmen sämtliche Prozesse konsequent auf seinen Markt, die Partner und Kunden ausgerichtet hat. Marketing ist im Kern der Unternehmensstrategie verankert und steuert die Entwicklung von innovativen Produktlösungen für eine saubere Umwelt. In geradezu vorbildlicher Weise setzt Schüco aus gesellschaftlicher Verantwortung heraus seine Technologieführerschaft um in einen nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg.“

„Die Bildung einer Marke ist essentieller Bestandteil der Unternehmensstrategie. So gelingt es Schüco, die Herausforderung des Klimawandels als Chance für nachhaltiges Wachstum zu nutzen. Wir freuen

uns sehr über die Verleihung des Deutschen Marketing-Preises. Es ist für uns Anerkennung und Ehre zugleich, von der Jury des Deutschen Marketing-Verbandes, gerade als technikgetriebenes Unternehmen, mit diesem Preis ausgezeichnet zu werden. Energieeffiziente Gebäude können den weltweiten CO₂-Ausstoß um 40% verringern. In diesem Sinne haben wir uns vom Spezialisten für Fenster zum grünen Technologieunternehmen entwickelt. Heute bieten wir komplette Systemlösungen von der solaren Energieerzeugung bis hin zur effizienten Klimafassade. Wir werden auch weiterhin unter der Nutzung der Marke Schüco innovative Entwicklungen rund um die grüne Technologie für die Lebens- und Arbeitswelt vorantreiben“, so Dirk U. Hindrichs, geschäftsführender und persönlich haftender Gesellschafter der Schüco International KG.

Erfolg mit grüner Technologie

Schüco, 1951 als Metallbauunternehmen nahe Bielefeld gegründet, ist heute ein führendes Unternehmen für innovative Fenster- und Fassadensysteme und führender Entwickler von effizienten Produkten für Solarstrom und Solarwärme. Das mittelständische Unternehmen in Familienhand konnte im Jahr 2010 mit 5.250 Mitarbeitern weltweit und 12.000 Partnerbetrieben in 78 Ländern einen Umsatz von 2,38 Mrd. € erwirtschaften.

Energie der Zukunft

Früher als andere erkannte Schüco den Klimaschutz als den entscheidenden Zukunftsfaktor der Weltentwicklung und machte den Megatrend Energie zum Fokus seiner erweiterten Geschäftstätigkeit: von der Energieeinsparung über Energiegewinnung bis zum vernetzten Energiemanagement von Gebäuden. Dabei setzt Schüco auf Solarenergie und die Sonne als unerschöpfliche Energiequelle. Im Mittelpunkt steht die Vision von autarken Gebäuden, die über den Eigenverbrauch hinaus Solarstrom erzeugen, speichern und in das Stromnetz einspeisen. Mit dem Anspruch, dass neue Produkte stets neue Lösungen darstellen müssen, investiert Schüco aus eigenen Ressourcen hohe Beträge in die Grundlagenforschung und Entwicklung und geht unabhängig von staatlichen Förderprogrammen konsequent seinen eigenen Weg in die Zukunft.

Markenkommunikation: Grüne Technologie für den Blauen Planeten

Der Markenkern unter dem Leitbild Energy³ - Energie sparen, gewinnen und vernetzen - wird konsequent in der Kommunikation umgesetzt. Als Systemlieferant und Absatzmittler bewegt sich Schüco in einem komplexen Marktumfeld mit den Zielgruppen Verarbeiter, Architekten, Investoren und Endkunden. Diese Klaviatur spielt Schüco auf perfektem Niveau mit einer klaren und zentral gesteuerten Markenkommunikation im B2B- wie im B2C-Bereich. Marketing-Instrumente aus dem Konsumgüterbereich wurden dabei erfolgreich adaptiert. Mit dem Golf-Sponsoring schafft Schüco eine perfekte Verbindung von Natur und Technik. Ein Team von Weltklasse-Golfern als Markenbotschafter hilft Schüco dabei, sein Anliegen - mit energieeffizienten Gebäuden zum Schutz des Blauen Planeten beizutragen - weltweit zu verbreiten. Die Investitionen haben sich gelohnt: Markenbekanntheit und Sympathiewerte konnten signifikant gesteigert werden.

Tanja Brinks, Direktorin Marketing und Mitglied der Schüco Geschäftsführung, freut sich über den deutschen Marketing-Preis als absolute Krönung für die Schüco Markenführung und -strategie: „Mit unserem neuen Markenauftritt kommunizieren wir mit allen Zielgruppen, die sich für das Thema saubere Energie und autarke Energieversorgung interessieren. Auf diesem Weg ist es uns gelungen, die Marke Schüco aus einem Low-Interest-Bereich heraus in das Bewusstsein der breiten Öffentlichkeit zu bringen. Der Deutsche Marketing-Preis ist zugleich Ansporn für die Zukunft, in der wir täglich das Thema Marke und Marketing bei Schüco bewegen.“

Pressekontakt:

Deutscher Marketing-Verband e.V.
Königsallee 30
40212 Düsseldorf
Tel. 0211 / 864 06 16
Fax 0211 / 864 06 40
E-Mail: info@marketingverband.de
www.marketingverband.de

Schüco International KG
Karolinenstr. 1-15
33609 Bielefeld
Tel. 0521/ 783 7076
Fax 0521/ 783-657
E-Mail: pr@schueco.com

Der Deutsche Marketing-Verband e.V.

Der Deutsche Marketing-Verband ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der 66 Marketing-Clubs in Deutschland und Österreich. Er vertritt die Interessen von über 13.500 Führungskräften und marketingorientierten Unternehmen. Gegründet 1956, sorgt der Verband heute für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer. Bereits seit 1973 verleiht der DMV den hochrenommierten Deutschen Marketing-Preis für eine herausragende Marketingleistung, die entscheidend den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens begründet hat. Es ist die höchste Auszeichnung, die in Deutschland im Marketing zu vergeben ist.

Schüco – Grüne Technologie für den Blauen Planeten

Das ist saubere Energie aus Solar und Fenstern. Und der Beitrag, den Schüco mit zukunftsweisenden Gebäudehüllen für die Umwelt leistet. Genauer, durch Energy3: Energie sparen – Energie gewinnen – Energie vernetzen. Fenster- und Fassadensysteme sparen nicht nur Energie durch optimale Wärmedämmung, sondern gewinnen auch Energie dank effizienter Solarlösungen. So entsteht ein Energieüberschuss, der durch intelligentes Vernetzen nutzbar wird. Für Gebäudefunktionen ebenso wie für das tägliche Wohnen und Leben. Ergebnis: ein bedeutender Schritt Richtung Energieautarkie - zur nachhaltigen Schonung natürlicher Ressourcen. Und für eine sichere Zukunft. Schüco ist mit 5.250 Mitarbeitern und 12.000 Partnerunternehmen in 78 Ländern aktiv und hat in 2010 einen Jahresumsatz von 2,38 Milliarden Euro erwirtschaftet.