

Duitse Marketing Award 2011 voor Schüco

Bielefeld / Düsseldorf. De Duitse Marketing Award 2011, de hoogste onderscheiding voor uitstekende marketingprestaties, gaat naar Schüco International KG. Hiermee bekroont de Duitse Marketing Association 's werelds meest succesvolle leverancier van groene technologie rondom gebouwen voor haar baanbrekende marketingcampagne op basis van het Energie³ - concept: Energie besparen - Energie winnen – Energie managen. De Duitse Marketing Award wordt op 1 december 2011 tijdens een feestelijk gala in het Museum voor Communicatie in Berlijn uitgereikt.

Schüco heeft een plaats verworven op de lijst van marketingkampioenen die al sinds 1973 de Marketing Award door de Duitse Marketing Association uitgereikt krijgen. Hiertoe behoren bekende bedrijven waaronder Porsche, Tchibo, Lufthansa, Schwarzkopf en het Duitse Telekom. Juryvoorzitter Karl Georg Musiol, voorzitter van de Duitse Marketing Association legt uit: "We zijn diep onder de indruk over hoe Schüco als technologisch bedrijf alle processen consequent op de markt, haar partners en klanten heeft afgestemd. Marketing is verankerd in de kern van de bedrijfsstrategie en stimuleert de ontwikkeling van innovatieve productoplossingen voor een schoner milieu. Schüco vervult een voorbeeldrol in het nemen van maatschappelijke verantwoordelijkheid, en gebruikt haar technologisch leiderschap om duurzame economische successen te boeken."

Dirk U. Hindrichs, CEO en General Partner van Schüco International KG, in zijn reactie op de Award: "De vorming van een corporate merk is een essentieel onderdeel van de bedrijfsstrategie. Schüco slaagt erin om de uitdaging die klimaatverandering met zich mee brengt, te vertalen naar duurzame groei. We zijn zeer verheugd met de toekenning van de Duitse Marketing Award. Het is voor ons tegelijkertijd een erkenning en een eer om door de jury van de Duitse Marketing Association, juist als technologisch bedrijf, met deze Award te worden bekroond. Energie-efficiënte gebouwen kunnen de wereldwijde CO₂-uitstoot met 40% verlagen. In die zin hebben wij ons ontwikkeld van gevelspecialist tot groen technologiebedrijf. Vandaag de dag bieden wij complete systeemoplossingen, uiteenlopend van solare energieopwekking tot efficiënte klimaatgevels. We zullen het Schüco-merk inzetten om innovatieve ontwikkelingen rondom groene technologie voor de leef- en werkomgeving mogelijk te maken".

Succes met groene technologie

Schüco, dat in 1951 opgericht werd als groothandelaar van aluminium profielen in de buurt van Bielefeld, is tegenwoordig leider in innovatieve kozijn- en gevelsystemen en toonaangevend ontwikkelaar van efficiënte producten voor zonne-energie en zonnewarmte. Het middelgrote familiebedrijf behaalde in 2010 met 5250 medewerkers wereldwijd en 12.000 partnerbedrijven in 78 landen een omzet van € 2,38 miljard.

Energie van de toekomst

Eerder dan enig ander bedrijf erkende Schüco klimaatverandering als doorslaggevende factor voor de toekomstige ontwikkeling van de wereld. De energie-trend werd de focus van haar uitgebreide bedrijfsactiviteiten, van energiebesparing tot het genereren van energie en energimanagement in gebouwen. Schüco doet hierbij een beroep op zonne-energie en de zon als onuitputtelijke energiebron. De focus ligt op autonome gebouwen die meer zonne-energie genereren dan ze zelf verbruiken, waardoor deze energie kan worden opgeslagen en gedistribueerd. Daar waar nieuwe producten altijd nieuwe oplossingen moeten vertegenwoordigen, investeert Schüco grote sommen geld uit eigen middelen in fundamenteel onderzoek en ontwikkeling en volgt onafhankelijk van subsidieprogramma's van de overheid haar eigen weg naar de toekomst.

Merkcommunicatie: Groene technologie voor de Blauwe Planeet

De essentie van het merk op basis van het Energie³ - concept: Energie besparen - Energie winnen – Energie managen, wordt op consistente wijze in de communicatie-uitingen gebruikt. Als systeemleverancier en sales agent opereert Schüco in een complexe marktomgeving met doelgroepen als fabrikanten, architecten, investeerders en consumenten. Schüco bespeelt de toetsen optimaal met een duidelijke en centraal geregelde marketingcommunicatie in zowel de B2B als B2C omgeving. Marketing tools uit het consumptiegoederenbereik worden hierbij succesvol aangepast. Met de golfsponsoring zorgt Schüco voor een perfecte verbinding tussen natuur en technologie. Een team van eersteklas golfers die de rol van merkambassadeur vervullen helpen Schüco haar boodschap om middels energie-efficiënte gebouwen bij te dragen aan de bescherming van de Blauwe Planeet, wereldwijd uit te dragen. De investeringen hebben hun vruchten afgeworpen: de merkbekendheid en sympathie zijn aanzienlijk toegenomen.

Tanja Brinks, directeur Marketing en lid van het Schüco management is blij met de Duitse Marketing Award als bekroning van Schüco Brand Management en haar beleid: "Middels onze nieuwe merkidentiteit communiceren wij met alle doelgroepen die interesse tonen in schone energie en met gebouwen die in hun eigen energiebehoefte voorzien. Op deze manier zijn we erin geslaagd om het Schüco-merk uit de onbekendheid te halen en onder de aandacht te brengen van het grote publiek. De Duitse Marketing Award is ook een stimulans voor de toekomst waarin we elke dag met de thema's Merk en Marketing te maken hebben."

Schüco - Groene technologie voor de Blauwe Planeet.

Dit is schone energie met Solar en kozijnen. Schüco levert met geavanceerde duurzame gebouwen een bijdrage aan het milieu, meer in het bijzonder door Energie³: Energie besparen - Energie winnen - Energie managen. Kozijn- en gevelsystemen besparen niet alleen energie door optimale thermische isolatie, maar winnen ook energie door middel van efficiënte zonne-energie oplossingen. Hierdoor ontstaat een overschot aan energie, dat door intelligente opslag en sturing beschikbaar komt voor gebouwautomatisering alsmede voor het dagelijks wonen en leven. Het resultaat is een belangrijke stap voorwaarts richting zelfvoorziening op energiegebied, richting duurzame bescherming van natuurlijke hulpbronnen en een veilige toekomst. Schüco is met 5.250 medewerkers en 12.000 partnerbedrijven in 78 landen actief en behaalde in 2010 een jaarmzet van 2,38 miljard euro.

Foto's: Schüco International KG



De Duitse Marketing Award 2011 gaat naar Schüco International KG.



"We zullen het Schüco-merk blijven inzetten om innovatieve ontwikkelingen rondom groene technologie voor de leef- en werkomgeving mogelijk te maken", aldus Dirk U. Hindrichs, CEO en General Partner van Schüco International KG.