

Pressemitteilung



BBW

Bundesverband
Bürowirtschaft

im Bundesverband Wohnen
und Büro e.V. (BWB)

TFF Papierwelt in Grünberg gewinnt mit der Aktion „Six to Sixteen“ die „Goldene Schultüte 2009“

pm 10 01 30 dgs-1.docx

Köln, 30.1.2010 - 2009 fand zum dritten Mal in Folge der Wettbewerb „Die goldene Schultüte“ unter der Regie des Bundesverband Bürowirtschaft (BBW) statt. Unter 13 Einsendungen wählte die Jury aus Industrie und Handel das Unternehmen TFF Papierwelt GmbH in Grünberg als Gewinner für den ersten Platz 2009.



Bei der offiziellen Preisverleihung am Samstag, 30. Januar auf der Paperworld in Frankfurt stellte der Laudator Rolf Schifferens (A.W. Faber-Castell Vertrieb GmbH) die besondere Idee „Six to Sixteen“ und die gelungene Durchführung im Detail vor. Es wurden über 130 Kindergärten und 120 Schulen kontaktiert. Die Aufstellung selbst fand auf 2.500 qm mit 500 verschiedenen Ranzen statt. Die Aktion kostete 11.500 €, 4.000 € wurde von Herstellern refinanziert. Insgesamt kamen 1.700 Besucher. Das Besondere für die Jury waren die Voraussetzungen: Das Geschäft ist mit 170 qm und fünf Mitarbeitern (davon zwei Ganztagskräfte) relativ klein. Der wirtschaftliche Erfolg war sehr beeindruckend, denn an einem Wochenende wurde der Monatsumsatz erzielt.

Die Jury fand die Aktion so beeindruckend, weil es einigen unternehmerischen Mut erfordert, mit einem so kleinen Unternehmen eine so große Veranstaltung durchzuführen. Die konsequent eingesetzte Industriebeteiligung konnte dabei gute Unterstützung leisten. Das Zielgruppenalter wurde geschickt aufgespreizt, vom Schulanfang bis hinauf zu 16 Jahren erfasst den Großteil der Schulkinder und nicht nur die Grundschule. Dies wurde auch mit der sehr großen Anzahl an Kontakten im Vorfeld zu den Meinungsbildern aus Kindergärten und Schulen erreicht. Für die Arbeit der Jury hilfreich war die sehr gute Dokumentation mit einer präzisen Auswertung und Analyse. Dies alles konnte nur durch den hohen persönlichen Einsatz im Unternehmen erreicht werden.

Die vier zweiten Plätze wurden ebenfalls eingehend von der Jury geprüft und ausgewählt.

Mitglied im Hauptverband
des Deutschen
Einzelhandels e.V. (HDE)

Klaus Danne (Georg Kugelmann GmbH), stellte als Gewinner des zweiten Platzes die Papeterie Bathelt GmbH in Haar vor. Die Idee „Gewinne mit deiner Eins im Zeugnis/gute Noten zahlen sich aus“ belohnte gute Leistungen in der Schule. Für jede „Eins“ konnten Schüler ein Los ziehen. 500 Lose haben ein Mountainbike, Skateboards oder Spiele gewonnen. Damit wurden 800 Schüler erreicht und der Umsatz im Schulbereich deutlich gesteigert. Die Idee ist neu, erzielte eine gute Reichweite und unterstützt auf angemessene Weise den Leistungswillen der Kinder und Jugendlichen.

Thomas Bona (Arbeitskreis Markenfirmen der PBS-Industrie (Altenaer Kreis)) verlieh einen zweiten Platz an das Unternehmen Friedrich Viehausen GmbH in Erkelenz. Die „Aktions-Coupons“ nehmen ein bekanntes Marketinginstrument eines großen Anbieters von Fast-food auf. Der Schulprospekt 2009 wurde durch diese Coupons ersetzt und in einer Auflage von 33.000 Blättern über die Sonntagszeitung in Erkelenz und Wegberg gestreut. Außerdem kamen die Coupon-Blätter als Beilage in die Schulanfänger „Junior-Bags“ von Brunnen, die wie jedes Jahr auch im Ladengeschäft aktiv verteilt wurden. Auf allen Wegen wurde die junge Zielgruppe präzise und erfolgreich angesprochen. Mit der Aktions-Laufzeit ab zehn Tagen vor Ferienbeginn wurde das Interesse beim Coupon „tolle Leistung“ für gute Noten geweckt. Das Thema war dadurch auch in der Schule präsent. Es wurden 1.271 Personen mit 1.589 Gutscheinen erreicht. Die Verwendung der Coupons war neu, bei Cross-selling und handelsüblichen Rabatten wurde die Fachhandels-Optik gewahrt, die Herstellermarken blieben sichtbar.

Carla Gundlach (bi-markt - büro & ideen) verlieh einen weiteren zweiten Platz an den Konzern Staples (Deutschland) GmbH, Hamburg. Die „Schultütenaktion mit Schultütenwettbewerb“ wurde in allen Filialen Deutschlands durchgeführt, angepasst an die Ferientermine der Bundesländer. Die Schultüten konnten bis 10 Tage vor dem Termin abgegeben und einige Tage danach gratis gefüllt wieder abgeholt werden. Alle Tüten, die selbstgebastelt waren, haben an einem Wettbewerb teilgenommen. In jeder Filiale wurde ein Sieger ausgewählt, der einen ergonomischen Ballstuhl erhielt. Pro Tüte leistete Staples eine Spende an den Kinderschutzbund. Die Zielgruppenerweiterung funktionierte sehr gut, 30 Prozent der Kunden mit insgesamt 15.045 Schultüten waren

Neukunden. Die Aktion war professionell gemacht, förderte die Kreativität der Teilnehmer und wurde sehr gut angenommen. Markenartikel waren beispielgebend eingebunden. Die Ladenfrequenz wurde geschickt dadurch erhöht, dass die Kinder zweimal in das Geschäft kommen mussten. Auch Eltern und Lehrer konnten eingebunden werden. Ganze Schulklassen wurden gezielt angesprochen.

Der vierte Sieger auf einem zweiten Platz wurde zuletzt von Ulf Ohlmer (Wilh. F. Kassebeer GmbH & Co. KG, BBW-Präsident) aufgerufen. Das Unternehmen Georg Matthäus GmbH war letztes Jahr mit der Filiale Bad Hersfeld 2008 erfolgreich im Wettbewerb auf dem 1. Platz. Aber auch 2009 fand wieder eine bemerkenswerte Aktion statt, diesmal in Bad Hersfeld. Die „Bewerbungsmesse – Wissenswertes für alle Jobsuchenden“ wurde auf einer Aktionsfläche in der Citygalerie außerhalb des Geschäfts im September durchgeführt, dies ist die beste Zeit für Bewerbungen. 2.000 Einladungen gingen an Lehrer mit Abschlussklassen aller Schultypen, es wurde aktiv nachtelefoniert. Außerdem konnten Vorankündigungen und Berichte in der lokalen Presse platziert werden. Damit erreichte das Unternehmen 500 Teilnehmer (Lehrer und Schüler). Von erheblicher Bedeutung war die große Imageverbesserung, sowie der Direktverkauf auf der Messe mit anschließend großem Nachverkauf an Bewerbungsmappen. Das Thema zum Schulende ist neu. So können junge Leute in eine weitere berufliche Lebensphase begleitet und als Kunden gehalten werden. Dies belohnte die Zielgruppe mit hohem Interesse. Außerdem wurden externe Partner wie Arbeitsagentur und Sparkasse eingebunden.

Auf der Messe selbst werden diese fünf und drei weitere besonders bemerkenswerte Aktionen vorgestellt. Die großen Displaywände mit Fotos und Texten stehen in Halle 3.1 vor dem BBW-Stand A 60.

Für die Aktion 2010 ist der Einsendeschluss am 31. Oktober. Die Preisverleihung erfolgt auf der Messe „Paperworld 2011“ in Frankfurt. Teilnehmen können alle PBS-Fachgeschäfte, die Schulsortimente verkaufen. Die genauen Bedingungen stehen auf der Website: www.die-goldene-schultuete.de.

**Fotos von den preisgekrönten Einsendungen stehen auf Anfrage
beim BBW zur Verfügung.**

Kontakt:

Bundesverband Bürowirtschaft (BBW)
Thomas Grothkopp, Geschäftsführer
Volker Wessels, Referent
Doris Pietrowicz, Organisation
Fragenheimstraße 6, 50931 Köln
Tel: 0221/9 40 83-30, Fax -90
bbw@einzelhandel.de
www.buerowirtschaft.info