

PRESSE-INFORMATION

Düsseldorf, den 02.12.2011

Mit grüner Technologie zum Erfolg

Schüco-Chef Hindrichs nimmt in Berlin den Deutschen Marketing-Preis 2011 entgegen

Vor 280 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft nahm Dirk U. Hindrichs, geschäftsführender Gesellschafter und persönlich haftender Gesellschafter der Schüco International KG am 1. Dezember im Museum für Kommunikation in Berlin die höchste Auszeichnung für herausragende Marketingleistungen entgegen. Den seit 1973 vom Deutschen Marketing-Verband verliehenen Preis überreichte Präsident Karl Georg Musiol: „Der Preis würdigt Schücos stringente Marketingstrategie und auf der Führungsebene verankerte Markenführung. Unter dem Claim ‚Grüne Technologie für den Blauen Planeten. Saubere Energie aus Solar und Fenstern‘ kommuniziert Schüco aus dem Kern der Marke heraus konsequent auf den Ebenen Markt, Partner und Kunden und erreicht so höchst unterschiedliche Zielgruppen.“ Bei der Entscheidung haben Nachhaltigkeit und Umweltaspekte eine wichtige Rolle gespielt. So heißt es in der Jury-Begründung, Schüco habe „die Energiewende als Chance aufgenommen, und eindrucksvoll bewiesen, dass gesellschaftliche Verantwortung und wirtschaftlicher Erfolg miteinander vereinbar sind“.

Für den Chef des führenden Herstellers von energieeffizienten Fenster- und Fassadensystemen, Dirk U. Hindrichs, bedeutet die Auszeichnung Anerkennung und Herausforderung zugleich: „Durch den Preis sehen wir die Richtigkeit unserer Strategie, den Klimawandel als Chance für nachhaltiges Wachstum zu nutzen, bestätigt. So hat Schüco sich vom Spezialisten für Fenster zum weltweit aktiven, grünen Technologieunternehmen entwickelt. Der Preis bedeutet für uns aber auch die Verpflichtung, den eingeschlagenen Weg konsequent fortzusetzen.“

Über „Chancen der Energiewende“ sprach der frühere Bundesumweltminister Klaus Töpfer in seiner passend zum Thema des Abends gewählten Hauptrede. Dabei betonte er die wachsende Bedeutung umwelttechnologischer Unternehmen, die versuchen Antworten auf die in Zukunft zu erwartenden Energieknappheiten zu finden.

In seiner Laudatio auf den Gewinner skizzierte Christian P. Illek, Geschäftsführer Marketing der Deutschen Telekom (Preisträger des Jahres 2010), den Erfolgsweg von Schüco. Das Unternehmen hatte sich vom nationalen Hersteller von Aluminiumfenstern durch Internationalisierung und Erschließung neuer Geschäftsfelder zum Innovationsführer im Bereich Solartechnologie entwickelt.

Als weiteren Höhepunkt der Gala präsentierten Unternehmenschef Dirk U. Hindrichs und Marketingleiterin Tanja Brinks in ihrer launigen Präsentation die Schüco-Marketinggeschichte. Sie reicht von Franz Beckenbauer als Markenbotschafter, über die Formel 1, bis hin zum aktuellen Engagement im Golfsport. Die Preisverleihung moderierte Annika de Buhr (ZDF „heute“).

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 mehr als 14.000 Führungskräften und marketingorientierten Unternehmen. Seit seiner Gründung im Jahr 1956 sorgt der Verband für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und steht als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

Der Deutsche Marketing-Preis

Der Deutsche Marketing-Preis ist die höchste Auszeichnung, die in Deutschland im Marketing zu vergeben ist. Mit ihr zeichnet der Deutsche Marketing-Verband jährlich eine herausragende Marketingleistung aus, die entscheidend den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens begründet hat. Die Liste der bisherigen Preisträger liest sich wie ein Who-is-Who der deutschen Wirtschaft.

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 in 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.