



Marketingpreis des  
Deutschen Handwerks  
2009

*Jetzt bewerben!*



Gewinnen Sie einen  
der Geldpreise im  
Wert von insgesamt  
**30 000 €**

# Teilnahmebedingungen

Vielen Dank für Ihr Interesse am Marketingpreis des Deutschen Handwerks 2009! Bewerben können Sie sich auf den nächsten Seiten.

Viel Erfolg!

## Der Wettbewerb

- Gesucht werden die besten Werbebriefe, Werbepostkarten und Mailings, die zwischen dem 1. Januar 2007 und dem 27. Februar 2009 versendet wurden bzw. werden.
- Sie können am Wettbewerb teilnehmen, wenn Sie als Unternehmer im Handwerk tätig sind und an der Erstellung des eingesendeten Werbeschreibens maßgeblich beteiligt waren. Einreichungen von Agenturen und anderen Kommunikationsprofis können wir leider nicht berücksichtigen.

## Die Teilnahme ist ganz einfach

- Füllen Sie den Fragebogen bitte vollständig aus. Sie können diesen Fragebogen entweder handschriftlich ausfüllen oder ein interaktives PDF verwenden, das Sie auf unserer Internetseite [www.marketingpreis.de](http://www.marketingpreis.de) finden. Das ausgefüllte PDF bitte ausdrucken und beilegen.
- Den ausgefüllten Fragebogen senden Sie zusammen mit drei Originalen Ihres Werbeschreibens an folgende Adresse:

**handwerk magazin**  
**Rudolf-Diesel-Straße 1**  
**82166 Gräfelfing**

Die Teilnahmefrist beginnt am 25. September 2008 und endet am 27. Februar 2009 (es gilt das Datum des Poststempels).

## Die Preise

Die besten Einsendungen werden mit Geldpreisen im Wert von insgesamt 30 000 Euro prämiert. Zusätzlich gibt es zwei Sonderpreise mit attraktiven Sachprämien. Die Geldpreise werden in den Kategorien „Betriebe bis zu zehn Mitarbeitern“ und „Betriebe mit mehr als zehn Mitarbeitern“ verliehen, und zwar jeweils 10 000 Euro für den ersten Platz und 5 000 Euro für den zweiten Platz.

Die Preisverleihung findet für die Gewinner an einem unvergesslichen Wochenende beim DTM-Rennen am Norisring in Nürnberg im Juli 2009 statt. Sie werden dort Zutritt zur Boxengasse und Kontakt zu den Fahrern haben – ein einmaliges Erlebnis!

Ob Sie zu den Gewinnern gehören, erfahren Sie im April 2009 schriftlich von uns. Sie haben dann zwei Wochen Zeit, um den Preis anzunehmen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

## Die Jury

Eine fachkundige Jury wird die eingesendeten Werbebriefe und -mailings beurteilen und die Preisträger bestimmen.

- Leiter der Jury ist Professor Dr. Heinrich Holland, Leiter der Deutschen Dialogmarketing Akademie, Professor an der University of Applied Sciences in Mainz und Mitglied der Hall of Fame des Direktmarketing.

Ihm zur Seite stehen:

- Robert Erlinger, Projektleiter Dialog Consulting, Deutsche Post AG,
- Steffen Papke, Marketing Manager Supplies Deutschland, Hewlett Packard und
- Kerstin Meier, Redakteurin und Projektleiterin Marketingpreis des Deutschen Handwerks, *handwerk magazin*.

# Der Fragebogen

Je genauer Sie den Fragebogen ausfüllen, umso besser kann die Jury Ihre Leistung würdigen. Sie können diesen Fragebogen entweder handschriftlich ausfüllen oder ein interaktives PDF verwenden, das Sie auf unserer Internetseite [www.marketingpreis.de](http://www.marketingpreis.de) finden. Das ausgefüllte PDF bitte ausdrucken und beilegen.

**Nicht vergessen:** Legen Sie drei Originale Ihrer Werbemaßnahme bei!

## Handwerksbetrieb

Firma:	
Straße und Nr.:	PLZ und Ort:
Ansprechpartner (Vor- und Nachname):	
Funktion:	Telefon:
E-Mail-Adresse:	Webadresse:
Branche und Tätigkeitsschwerpunkt:	Mitarbeiterzahl:
Umsatz 2007:	Umsatz 2008 (geschätzt):
Höhe Marketingausgaben 2007:	Höhe Marketingausgaben 2008:
Wo sind Sie in die Handwerksrolle/das Gewerbeverzeichnis eingetragen?	

## Bezeichnung des Mailings

## Wettbewerbs-Kategorie

Handwerksbetrieb mit bis zu 10 Mitarbeitern

Handwerksbetrieb mit mehr als 10 Mitarbeitern

## Beschreibung der Werbesendung

### 1. Welches Ziel wollten Sie mit diesem Werbeschreiben erreichen?

(Mehrfachnennungen möglich)

Neue Kunden gewinnen

Bestehende Kunden enger ans Unternehmen binden

Neue Produkte oder Dienstleistungen vorstellen

Einladung zu einer Veranstaltung

Sonstige:

### 2. Nach welchen Kriterien haben Sie die Empfänger Ihres Mailings ausgewählt?

(Mehrfachnennungen möglich)

Wohnort

Geschlecht

Alter

Hausalter

Kaufkraft

Sonstige:

### 3. Welche Adressen haben Sie genutzt?

- Eigene Adressen                       Mietadressen  
 Unadressierte Verteilung             Teiladressierte Verteilung

### 4. Bitte beschreiben Sie kurz das Konzept Ihrer Werbemaßnahme! Welche zentrale Botschaft wollten Sie vermitteln?

---

---

---

### 5. Haben Sie das Mailing im Unternehmen eigenständig entwickelt, oder wurden Sie von einem externen Dritten unterstützt?

- Eigenständige Entwicklung im Unternehmen.  
 Ich wurde bei der Entwicklung von externen Dritten unterstützt.

Von wem?

Worin bestand die Unterstützung?

---

### 6. Haben Sie das Mailing in Ihrem Betrieb gedruckt, oder haben Sie den Druck außer Haus vergeben? Wie hoch war die Auflage?

- Komplette Auflage selbst gedruckt     Vergabe außer Haus

Auflage:

---

### 7. Wie haben Sie Ihre Werbeschreiben versendet?

- Briefsendung                                       Werbesendung (Infopost/Infobrief)  
 Unadressierte Sendung (Postwurfsendung)     Teiladressierte Sendung (PostwurfSpezial-Sendung)  
 Über einen anderen Dienstleister

### 8. Wann wurde das Mailing versendet?

Monat:

Jahr:

---

## Begleitende Maßnahmen

### 1. Bestand Ihre Werbekampagne aus mehreren Schritten? Gab es zum Beispiel ein Erinnerungsschreiben?

- ja                                       nein

Wenn ja, beschreiben Sie die einzelnen Schritte.

---

---

## 2. Wurden noch weitere Maßnahmen eingesetzt?

ja  nein

### Wenn ja, welche?

- Anzeige  Redaktionelle Berichte in Zeitungen  TV-Spot  
 Veranstaltung  Radio-Werbung  Plakat-Werbung  
 Online-Marketing  E-Mail-Marketing  
 Sonstige:

## Erfolg Ihrer Werbemaßnahme

### 1. Sind Sie mit dem Erfolg Ihres Mailings zufrieden?

Wie genau konnten Sie das angestrebte Ziel (s. Frage 1 „Beschreibung der Werbesendung“) verwirklichen?

  
  
  

### 2. Bitte nennen Sie, falls möglich, die erzielte Response-Quote, d. h. wie viel Antworten haben Sie erhalten (in % von der Anzahl der Aussendungen)?

%

## Einverständniserklärung

Mir ist bekannt, dass die von mir mitgeteilten Kontaktdaten bei *handwerk magazin* gespeichert werden und ich jederzeit über den Umfang der gespeicherten Daten dort eine Auskunft anfordern kann.

Mit meiner Unterschrift erkläre ich mich einverstanden, dass die Daten, die im Rahmen dieser Kontaktaufnahme erhoben und von mir angegeben wurden, von *handwerk magazin* an die Deutsche Post AG, Hewlett Packard und deren Vertriebspartner zu meiner Beratung, Betreuung, zur Information über Produkte und Dienstleistungen sowie zu ähnlichen Aktivitäten von der Deutschen Post AG und Hewlett Packard sowie deren Vertriebspartner weitergegeben, gespeichert und genutzt werden dürfen. Die Informationsaufnahme erfolgt schriftlich oder persönlich.

Sollten Sie dieser Verarbeitung und Nutzung nicht zustimmen, so kreuzen Sie dieses Kästchen nicht an. Es kann dann leider keine weitere Betreuung und Information für Sie erfolgen.

Sie haben jederzeit das Recht, der Weitergabe, Verarbeitung und Nutzung zu widersprechen. In diesem Fall erklären Sie bitte Ihren Widerspruch schriftlich gegenüber der Redaktion *handwerk magazin*, Rudolf-Diesel-Str. 1, 82166 Gräfelfing.

Mit meiner Unterschrift bestätige ich die Richtigkeit der Angaben und erkenne die Teilnahmebedingungen für diesen Wettbewerb an.

Ort:

Datum:

Unterschrift:

## Deutschland sucht den Mailing-Meister 2009! Machen Sie mit!



Der Marketingpreis des Deutschen Handwerks 2009 prämiert die besten Werbebriefe, Werbepostkarten und Mailings, die Unternehmer aus dem Handwerk seit dem 1. Januar 2007 gestaltet und versendet haben. Die Sieger erhalten Geldpreise im Wert von insgesamt 30 000 Euro und wertvolle Sachpreise. Die Preisverleihung findet bei einem unvergesslichen Rennsportwochenende auf dem Norisring in Nürnberg statt.

Füllen Sie die Ausschreibungsunterlagen aus, und reichen Sie Ihr Meister-Mailing ein – nutzen Sie Ihre Chance auf den Titelgewinn!

Viel Erfolg!

### Ausrichter und Sponsoren

Der Marketingpreis des Deutschen Handwerks 2009 wird ausgerichtet von *handwerk magazin* – Deutschlands einzigem bundesweit erscheinendem Wirtschaftsmagazin speziell für Unternehmer im Handwerk. *handwerk magazin* ist eine Publikation des Hans Holzmann Verlanges, Bad Wörishofen.

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR DEN MITTELSTAND  
**handwerk  
magazin**

Bitte senden Sie Ihre Teilnahmeunterlagen an:

**handwerk magazin**  
**Rudolf-Diesel-Straße 1**  
**82166 Gräfelfing**

Für Fragen steht Ihnen die Redaktion *handwerk magazin* zur Verfügung:  
Telefon 089 898 261-0 oder E-Mail [redaktion@handwerk-magazin.de](mailto:redaktion@handwerk-magazin.de)

---

Wir danken der Deutschen Post AG und Hewlett Packard für ihre großzügige und tatkräftige Unterstützung bei der Durchführung des Wettbewerbs und der Organisation der Preisverleihung.

Die Sponsoren engagieren sich in besonderem Maße: Sie ermöglichen es Ihnen erstmals, sich im Rahmen der Abendkurse zum Mailing-Meister bestmöglich auf den Wettbewerb vorzubereiten. Den genauen Ablauf und weitere Informationen können Sie im Internet unter [www.marketingpreis.de](http://www.marketingpreis.de) nachlesen. Mit dieser Unterstützung können Sie zudem Ihren alltäglichen Kundendialog noch erfolgreicher führen.