



LEONARDO AWARD 2010

MARKETING AWARD des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik-
und Orthopädie- Schuhtechnikfachhandels

PRESSEMITTEILUNG

Oktober 2010

LEONARDO AWARD 2010: Festliche Verleihung der Preise für das beste Marketing im Gesundheitsfachhandel

Strahlende Gesichter bei den Gewinnern der vier LEONARDOS und der
Marketing Innovation

Im exklusiven Roncalli's Apollo Varieté am Düsseldorfer Rheinufer fand am Freitag, dem 8. Oktober, die Verleihung des 3. Marketing Awards des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik- und Orthopädie-Schuhtechnik-Fachhandels statt. Zur glanzvollen Verleihungsgala im Umfeld der zeitgleich stattfindenden REHACARE eingeladen waren die für den LEONARDO und die Sonderkategorie Marketing Innovation nominierten Unternehmen sowie Vertreter von Industrie, Verbänden und Medien, die als Sponsoren und Förderer die Ausrichtung der Veranstaltung unterstützten. Umrahmt von einer atemberaubenden Show der Varieté-Künstler und einem exquisiten Gala-Dinner drehte sich in der abwechslungsreichen Soiree alles um das eigentliche Thema: den wachsenden Stellenwert des Marketings im Gesundheitsfachhandel. Schwungvoll durch den Abend führte Funk- und Fernsehmoderator Roman Roell, aber auch Fachleute und Branchenvertreter richteten das Wort an die Gäste. So betonten u. a. Jury-Sprecher Hans-Jürgen Germerodt, Geschäftsführer der Werkmeister GmbH & Co. KG, und Prof. Christian Gündling als Spezialist für Strategisches Marketing und Kundenpflege die Bedeutung des LEONARDO AWARDS. Die Auszeichnung für die Besten der Branche sei ein Ansporn für Preisträger wie für zukünftige Anwärter, ihre Leistung im Sinne des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses noch zu steigern. Klar definiertes Ziel der Branche müsste es sein, sich kundennäher zu positionieren und durch professionelles Marketing die Kompetenz zur Gesunderhaltung in der Wahrnehmung der Kunden zu verankern.



LEONARDO AWARD 2010

MARKETING AWARD des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik- und Orthopädie- Schuhtechnikfachhandels

PRESSEMITTEILUNG

Oktober 2010

And the winner is...

40 nominierte Unternehmen und die Anwärter auf die Marketing Innovation sahen der Verleihung der begehrten Marketingpreise nach dem Hauptgang des Gourmet-Menüs mit Spannung entgegen. Als strahlende Gewinner bekamen schließlich die Besten die Auszeichnung der jeweiligen Kategorie überreicht:

- Fachrichtung Orthopädie-Schuhtechnik
Willi Mander GmbH, Gudensberg
- Fachrichtung Orthopädietechnik
mediteam[®]-Gesundheitszentrum, Bamberg
- Fachrichtung Sanitätshaus
Gesundheitsmarkt Kaphingst, Marburg
- Fachrichtung Reha-Fachhandel
Spörer Gesundheitsgruppe, Ingolstadt
- Sonderpreis Marketing Innovation
Möller Orthopädie-Schuhtechnik, Münster

Je zehn Unternehmen aus den vier Kategorien Sanitätshaus, Reha-, Orthopädietechnik- und Orthopädie-Schuhtechnikfachhandel hatte die Fachjury nach strengen Bewertungskriterien aus über 2.000 Gesundheitsfachgeschäften auf die so genannte Shortlist für die LEONARDO AWARDS 2010 gewählt. Sie wurden eingeladen, sich mit einer Unternehmenspräsentation um die diesjährige Auszeichnung für das beste Marketing zu bewerben. Wichtigste Kriterien für die Auswahl der Preisträger aus Hunderten von Anwärtern waren Verkaufsförderung, Werbung und Kommunikation, die Gestaltung der Geschäftsräume, Personal, Innovationskraft des Sortiments, in der Unternehmensphilosophie verankerte Ziele und Visionen sowie Qualitätsmanagement und Zertifizierung. Um den Sonderpreis Marketing Innovation hatten sich Unternehmen mit einer in Eigeninitiative durchgeführten Werbe- oder PR-Maßnahme selbst beworben.



LEONARDO AWARD 2010

MARKETING AWARD des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik- und Orthopädie- Schuhtechnikfachhandels

PRESSEMITTEILUNG

Oktober 2010

Damit an diesem Abend niemand leer ausging, hatte sich die Fachjury etwas Besonderes einfallen lassen. Der Sprung in die engere Wahl wurde in diesem Jahr nicht nur mit einer Urkunde belohnt. Alle Nominierten konnten sich zudem über wertvolle Gutscheine für das Seminarangebot der Unternehmen freuen, deren Vertreter die Jury des LEONARDO AWARDS 2010 bildeten.

Als Initiatoren, Gastgeber der Verleihungsgala und Förderer des LEONARDO AWARDS 2010 unterstützten die folgenden Unternehmen die diesjährige Vergabe des 3. Marketing Awards des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik- und Orthopädie-Schuhtechnik-Fachhandels:
Azh, Bischoff + Bischoff, Bosch & Sohn, EGROH, Etac GmbH, Esco Orthopädie Service GmbH, Hermann Bock, Invacare Aquatec, Landesinnung Bayern für Orthopädie-Schuhtechniker, Medi, Messe Düsseldorf GmbH, Messe Kassel, Ofa Bamberg, Ortheg, SCA Hygiene Products, SLK, Togu, Verlag Sternefeld, Werkmeister und AVR Agentur für Werbung und Produktion.



LEONARDO AWARD 2010

MARKETING AWARD des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik-
und Orthopädie- Schuhtechnikfachhandels

PRESSEMITTEILUNG

Oktober 2010

Die Preisträger der LEONARDOs 2010 für beispielhaftes Marketing im Gesundheitsfachhandel

Orthopädie-Schuhtechnik: Willi Mander GmbH, Gudensberg

Seit 160 Jahren besteht das familiengeführte Unternehmen, das 1859 mit der traditionellen Fertigung von Maßschuhen begann. Heute steht der Name Mander für erstklassige Orthopädie-Schuhtechnik, deren Anfänge hier auf das Jahr 1964 zurückgehen. Führend auf diesem Gebiet ist das Unternehmen heute mit vier Filialen, in denen 46 Mitarbeiter und fünf Orthopädie-Schuhmachermeister tätig sind.

Dass Willi Mander seit über 30 Jahren zu den Pionieren und Mitbegründern des institutionalisierten Berufsbildes der Orthopädie-Schuhtechnik zählt, war für die Jury des LEONARDO AWARDS 2010 ebenso ausschlaggebend für die Nominierung wie die Zugehörigkeit des Betriebs zu einem interdisziplinären Versorgungsnetzwerk. So können Kunden auf die optimale Abstimmung aller fachspezifischen Maßnahmen im Sinne einer bestmöglichen Versorgung zählen. Modernste Fertigungstechnik geht im Hause Mander Hand in Hand mit der individuellen Einzelanfertigung aller Grundkomponenten für die Herstellung von Einlagen. Mit Vorträgen, Führungen und Workshops spricht das Unternehmen Kunden direkt an und bietet mit der Eigenmarke SoftAstatic sogar über einen Online-Shop eine bedarfsgerechte Versorgung mit speziellen Einlagen für Sicherheits- und Berufsschuhe. So zeigt die Willi Mander GmbH Kundennähe.

Der Inhaber selbst nahm den LEONARDO 2010 für herausragendes Marketing in der Orthopädie-Schuhtechnik von Wolfgang Best, Chefredakteur der Zeitschrift Orthopädie-Schuhtechnik, entgegen.



LEONARDO AWARD 2010

MARKETING AWARD des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik-
und Orthopädie- Schuhtechnikfachhandels

PRESSEMITTEILUNG

Oktober 2010

Die Preisträger der LEONARDOs 2010 für beispielhaftes Marketing im Gesundheitsfachhandel

Orthopädie-Technik: mediteam[®]-Gesundheitszentrum, Bamberg

Trotz der erst relativ kurzen Unternehmensgeschichte ist mediteam[®] heute mit 70 Mitarbeitern in Bamberg und dem Umland Marktführer bei Orthopädie- und Reha-Technik. 1987 wagte Inhaber Bodo Schrödel mit der Übernahme eines Einmannbetriebs den Schritt in die Selbstständigkeit. Als Vollsortimenter bietet er Kunden jedwede Versorgung zentral, fachgerecht und schnell. Im freiverkäuflichen Sortiment spielen vor allem Produkte für Fitness- und Wellness, Körperpflege sowie Hilfsmittel zur Rehabilitation, Therapie und zur Verbesserung der Mobilität eine wichtige Rolle. Spezialgebiete wie Brustprothetik, Sportbandagen, –Einlagen und –schuhzurichtungen, Alltags- und Mobilitätshilfen bewirbt das Gesundheitszentrum aktiv. Dabei kommen professionell von einer Werbeagentur entwickelte Flyer und Mailings ebenso zum Einsatz wie Give-aways, die dem Erscheinungsbild des Hauses entsprechen. Mit Informationsveranstaltungen im Gesundheitszentrum, aber auch beispielsweise bei Seniorentreffs tritt das Unternehmen immer wieder gezielt mit relevanten Themen an seine Zielgruppe heran. So positioniert sich mediteam[®]-Gesundheitszentrum erfolgreich als kompetenter Ansprechpartner für alle Fragen rund um die Gesundheit für alle Altersgruppen und für Menschen in jeder Lebenssituation. Für die Fachjury ein überzeugendes Konzept.

Sonja von Both nahm den LEONARDO 2010 für beispielhaftes Marketing in der Kategorie Orthopädie-Technik für mediteam[®]-Gesundheitszentrum von Sabine Wagner, Redakteurin der Zeitschrift Orthopädie-Technik, entgegen.



LEONARDO AWARD 2010

MARKETING AWARD des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik-
und Orthopädie- Schuhtechnikfachhandels

PRESSEMITTEILUNG

Oktober 2010

Die Preisträger der LEONARDOS 2010 für beispielhaftes Marketing im Gesundheitsfachhandel

Sanitätshaus: Gesundheitsmarkt Kaphingst, Marburg

Was das 1912 als Werkstatt für Chirurgiemechanik gegründete Unternehmen Kaphingst heute von vielen anderen Sanitätshäusern unterscheidet, ist das Selbstverständnis als Gesundheitsmarkt. Umgesetzt wird es in allen Bereichen, vor allem mit dem größten Angebot für Gesundheit und Wohlbefinden im Raum Hessen. Marburg, Gießen, Kirchhain, Stadtallendorf und Biedenkopf sind die Standorte der heute sechs Zweigstellen mit insgesamt 125 Mitarbeitern. Schwerpunkte des Sortiments bilden neben viscoelastischen Matratzen auch Fitnessgeräte, Elektromobile und Rollatoren sowie Wellnessprodukte, Messgeräte und Bademoden. In jedem Bereich konzentriert sich das Angebot jeweils auf einen führenden Markenhersteller. Für Kunden ist der Gesundheitsmarkt so ohnehin attraktiv. Modenschauen, Beratungstage zu bestimmten Themen, Rabattaktionen, Mailings, Zeitungsbeilagen und -anzeigen sorgen zusätzlich für Aufmerksamkeit. Kundenorientierung ist das Schlüsselwort, das die Mitarbeiter im Verkauf aktiv umsetzen. Marketing-Maßnahmen unterstützen sie dabei. Ein Sortiment, das eine breite Käuferschicht anspricht, und aktive Kommunikation des Angebots – diese Kombination zahlt sich aus. Zudem ist Gesundheitsmarkt Kaphingst auch im Internet präsent, mit Online-Shops für die am häufigsten verlangten Markenprodukte. Die Jury für die Verleihung des Marketing Awards hat Kaphingst überzeugt.

Raimund Geburzi überreichte in seiner Funktion als Chefredakteur des EGROH-Magazins Inhaber Boris Pichler seinen LEONARDO 2010.



LEONARDO AWARD 2010

MARKETING AWARD des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik-
und Orthopädie- Schuhtechnikfachhandels

PRESSEMITTEILUNG

Oktober 2010

Die Preisträger der LEONARDOS 2010 für beispielhaftes Marketing im Gesundheitsfachhandel

Reha-Fachhandel: Spörer Gesundheitsgruppe, Ingolstadt

Als Vollsortimenter mit 17 Filialen und 250 Mitarbeitern, zudem als Familienbetrieb wurde die Spörer Gesundheitsgruppe in den Top 10 der Anwärter auf den LEONARDO der Kategorie Reha-Fachhandel vollmundig angekündigt. Das seit 1921 bestehende Unternehmen hat sich vor allem in diesem Bereich einen Namen gemacht. Insgesamt 4.200 qm Verkaufsfläche unterhält der Betrieb für seine Kunden, wobei Scooter, Bandagen, Schuhe, Rollstühle und Betten eine wichtige Rolle spielen im frei verkäuflichen Sortiment. Besonderes Augenmerk verdient der eigene Reha-Technikbereich für Kinder. Ein wichtiger Schachzug für das erfolgreiche Marketing des Unternehmens war zudem die Eröffnung des Gesundheitsparks Ingolstadt mit eigener Rollstuhlwaschanlage im Jahr 2008. Mit diesem Angebot und in Verbindung mit der 24-Stunden-Notfallhotline zeigt das Unternehmen Service-Qualität und Kundennähe. Die Fachkompetenz der Mitarbeiter und das alle Bedürfnisse abdeckende Sortiment machen deutlich: Die immer neuen Herausforderungen des technischen Fortschritts wie des Gesundheitsmarkts werden von Geschäftsleitung und Mitarbeitern hervorragend gemeistert. Klarer Fall für einen LEONARDO AWARD 2010, so die Fachjury.

Tobias Kurtz, Chefredakteur der Zeitschrift Gesundheitsprofi, übergab die begehrte Auszeichnung der Spörer Gesundheitsgruppe an Dieter Stahl.



LEONARDO AWARD 2010

MARKETING AWARD des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik-
und Orthopädie- Schuhtechnikfachhandels

PRESSEMITTEILUNG

Oktober 2010

Der Gewinner der Marketing Innovation 2010 für eine herausragende Marketing- oder PR-Aktion im Gesundheitsfachhandel

Möller Orthopädie-Schuhtechnik, Münster

Die Notwendigkeit und Komplexität von hochwertigen Medizinprodukten und Dienstleistungen der Orthopädie-Schuhtechnik darzustellen – das war das Ziel der Marketing-Maßnahme, für die Möller Orthopädie-Schuhtechnik mit der Marketing Innovation 2010 ausgezeichnet wurde.

Seit der Übernahme des elterlichen Betriebs im Jahr 1995 setzt sich Inhaber Michael Möller dafür ein, das Ansehen und die Bedeutung des Orthopädie-Schuhtechnikerhandwerks in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit aufzuwerten. Mit einer in Eigeninitiative durchgeführten Informations-Kampagne richtete sich das Unternehmen an Ärzte, Kostenträger, Politiker und Kunden. Leistungskataloge, systematische Pressearbeit und breit angelegtes Sampling blieben nicht ohne Erfolg. Möller Orthopädie-Schuhtechnik kam in den vergangenen Jahren zweimal in die Top 100 der mittelständischen Wirtschaftsunternehmen und wurde mehrfach ausgezeichnet: mit dem Handwerk trifft Wissenschaft-Förderpreis für Innovationspartnerschaft und als Exzellente Wissensorganisation vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Das 2010 im Maurer-Verlag unter dem Titel Orthopädieschuhtechnik erschienene Fachbuch zur individuellen Patientenversorgung stellt den vorläufigen Höhepunkt der Aktivitäten dar. Es wurde in diesem Jahr auf dem Weltkongress Orthopädie- und Reha-technik in Leipzig präsentiert.

Raimund Geburzi übergab den Sonderpreis an Michael Möller und würdigte das vorbildliche Engagement eines Unternehmens, das durch die ganzheitliche Positionierung Experte auf dem Markt ist.



LEONARDO AWARD 2010

MARKETING AWARD des deutschen Sanitäts-, Reha-, Orthopädietechnik-
und Orthopädie- Schuhtechnikfachhandels

PRESSEMITTEILUNG

Oktober 2010

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

PR-Anforderung

AVR, Agentur für Werbung und Produktion GmbH

Petra Molnár
Weltenburger Straße 4
81677 München
Telefon: 089/41 96 94-40
Telefax: 089/470 53 64

E-Mail: pmolnar@avr-werbeagentur.de
URL: www.leonardoaward.com

Der Abdruck dieses PR-Textes ist honorarfrei.
Pressebilder auf Anfrage.