

Pressemitteilung von Schmidt + Partner:

Große Freude am Lenzenplatz

„Econ-Award“ in Silber für Schmidt + Partner und papenbusch media

Menden. Das war ein Grund, in der alten Villa am Lenzenplatz die Sektkorken knallen zu lassen. Das Mendener Kommunikationsberatungs-Unternehmen Schmidt + Partner und die Werbeagentur papenbusch media können sich über eine außerordentliche Preisverleihung, den „Econ-Award“ freuen. Bei den vom Handelsblatt und Econ-Verlag am Donnerstagabend in Berlin vergebenen Kommunikationspreisen konnten die beiden Unternehmen Silber gewinnen.

„Wir sind überglücklich. Das ist für uns ein echter Ritterschlag“, kommentierte Gerhardt Schmidt, Geschäftsführer beider Unternehmen den Erfolg. Unter 250 eingereichten Bewerbern in der Kategorie „Strategische Unternehmenskommunikation“ hatten die Mendener Unternehmen es schon im Sommer auf die so genannte „Shortlist“ geschafft. „Allein unter die letzten sechs zu kommen, war schon riesig“, so Schmidt, „aber wir wollten uns nicht zu früh freuen“. Der Econ-Award gilt in der Kommunikationsbranche als der deutsche „Oscar“.

Schmidt + Partner mit seiner Zentrale in Menden und Büros in Bonn und Hamburg hatte 2007 von der Nordmilch den Auftrag zum Change Management der Unternehmenskommunikation bekommen. Die Nordmilch ist mit einem Umsatz von mehr als 2 Milliarden Euro die größte deutsche Molkerei mit Sitz in Bremen.

Die Kommunikation der Molkerei-Genossenschaft mit ihren Landwirten wurde auf ein gänzlich neues Fundament gestellt. Die Ziele, Vertrauen aufzubauen, die Familien der Landwirte in die Kommunikation mit einzubeziehen und die Landwirte, die Eigentümer des Unternehmens sind, auf dem Weg in einen liberalisierten Milchmarkt zu begleiten, wurden mit einem innovativen Kommunikationsmix erreicht.

Wesentliche Neuerungen und heute Herzstück der Kommunikation ist die monatlich in Menden produzierte Zeitschrift „Meine Milchwelt“. Das Magazin für die ganze Familie gilt heute bereits als ein Leitmedium der Milchwirtschaft. Zusätzlich gibt es z.B. einen monatlichen Newsletter und eine individuelle Online-Plattform. Konzipiert wurden zusätzlich neue Veranstaltungsformen und eine Reihe emotionaler Komponenten. So wird, auf Anregung von Gerhardt Schmidt, im Dezember 2010 bereits zum dritten Mal eine Milchkönigin der Nordmilch aus den Reihen der Milcherzeugerfamilien gewählt. Sie wird jährlich auf der „Grünen Woche“ in Berlin ins Amt eingeführt und ist eine wichtige Repräsentantin der Milchwirtschaft.

Ergänzt wurden alle Kommunikations-Aktivitäten durch permanente Beratung und Coaching der ehrenamtlichen und hauptamtlichen Führungsspitze des Unternehmens. Alle Schritte und Aktionen wurden laufend evaluiert. Die Ergebnisse zeigen, dass die gesteckten Ziele in allen Bereichen übertroffen wurden.

Die von Schmidt + Partner erstellten strategischen Konzepte wurden und werden von der Agentur papenbusch media GmbH umgesetzt. Aktuell wird gemeinsam mit der Abteilung Kommunikation Landwirtschaft der Nordmilch von Menden aus der Kommunikationsprozess für eine geplante Fusion der Nordmilch mit dem zweitgrößten deutschen Milchkonzern, der Humana in Everswinkel, vorbereitet.

Im Berliner Swisshotel konnte die Leiterin des Hamburger Büros von Schmidt + Partner, Christiane Busshoff, gemeinsam mit dem Direktor Landwirtschaft der Nordmilch eG, Ingo Müller, dem Leiter der Nordmilch-Abteilung Kommunikation Hermann H. Cordes und Kommunikations-Assistentin Katrin Poppe den Preis entgegennehmen.

Den Goldpreis in dieser Kategorie konnte die Bayer AG, Leverkusen gewinnen. Einen „Special Award“ erhielt EOS Health. Die Deutsche Bank, auch unter den sechs Letztnominierten, ging leer aus.