



MARKETING CLUB
OWL BIELEFELD

Information für die Medien

Lightpower erhält „Marketing OWL 2016“

Marketing Club OWL Bielefeld vergibt zum 13. Mal renommierten Marketingpreis / Preisträger Lightpower GmbH ist Hidden Champion im Markt der komplexen Lichtenwendungen / Beeindruckendes Marketingkonzept zur Produkteinführung in einem neuen Marktsegment / Preisverleihung am 28. Oktober 2016

(Bielefeld, 18. Februar 2016). Zum 13. Mal vergibt der Marketing Club OWL Bielefeld e. V. den Marketingpreis „Marketing OWL“. Eine hochkarätig besetzte Jury mit Marketingfachleuten aus Unternehmen, Institutionen und Organisationen hat das Paderborner Unternehmen Lightpower ausgewählt. „Mit der internationalen Kampagne zum Produkt dot2 ist es Lightpower gelungen, ein neues Marktsegment zu erschließen. Die Marketing- und Kommunikationsstrategie zur Markteinführung ist umfassend und beeindruckend“, begründet Frank Nientiedt, Vorsitzender der Jury Marketing OWL 2016, das einstimmige Votum. Die Preisverleihung findet am 28. Oktober 2016, statt.

Papst Benedikt kommt nach Berlin, ACDC touren um die Welt, in der Mailänder Scala wird die Zauberflöte neu inszeniert. Daimler präsentiert sich auf der IAA und der Eurovision Song Contest wird aus Wien übertragen. So unterschiedlich diese Anlässe auch sein mögen: Immer wenn es um eine perfekte Lichtinszenierung geht, hat Lightpower einen großen Auftritt. Das Paderborner Unternehmen für komplette Bühnenlicht-Ausstattungen ist, zusammen mit seinem Markenpartner MA Lighting, Weltmarktführer für computergesteuerte Lichtstellpulte – in der Branche schlicht „Control“ genannt. Sie sind das Herzstück innerhalb einer modernen Lichanlage, die aus verschiedenen Gerätschaften besteht.

Scheinwerfer, LED-Komponenten, Moving Lights, Video- und Medien-Applikationen: Das Zusammenspiel aller Komponenten innerhalb einer komplexen Lichtdramaturgie wird vom „Control“ aus dirigiert und gesteuert. Das Erfolgsprodukt heißt „grandMA“, kam 1998 auf den Markt und genießt heute in der Branche einen Kultstatus. 2014 waren von den zehn erfolgreichsten Tournen weltweit neun mit „grandMA“ ausgestattet.

Innovativ: dot2

Globale Marktführerschaft im Premiumsegment, eigene Fangemeinde – warum ein neues Produkt? „Ein dynamisches und organisches Wachstum ist in diesem Bereich nicht mehr möglich“, erklärt Ansgar von Garrel, Leiter Marketing der Lightpower GmbH. „Um unsere Kernkompetenzen auf ein neues Kundensegment zu adaptieren, haben wir die Marktanforderungen im Detail analysiert.“ Das Ergebnis: Eine ähnliche Marktdurchdringung wie mit „grandMA“ im oberen Segment sollte nun auch im mittleren Marktsegment durch ein daran angelehntes, aber dennoch neues und innovatives Produkt erreicht werden. „Wir brauchten technisch dafür eine grundlegend neue Bedienungsführung mit einem hohen Automatisierungsgrad und zudem einen komplett anderen Vertriebsansatz“, fasst Ansgar von Garrel zusammen. „dot2“ war geboren. Die Features und die Bedienphilosophie der neuen „dot2“-Serie decken die Anforderungen zur Steuerung kleinerer und mittlerer Lichanlagen für Theater-, Touring- und TV-Anforderungen optimal ab.



MARKETING CLUB
OWL BIELEFELD

Spannung pur

Um einen Monat vor der wichtigsten Branchenmesse eine extreme Spannungskurve zu erzeugen, wurden im ersten Schritt weltweit alle Vertriebspartner vorab informiert und Pressemitteilungen versendet. Zudem wurden eine Website in fünf Sprachen aufgeschaltet, ein Online-Forum eingerichtet, eine globale Anzeigenkampagne lanciert und es wurde über soziale Medien mit der Zielgruppe kommuniziert.

In der zweiten Stufe wurde der Download-Bereich der Website geöffnet und die Funktionalität des neuen Produkts wurde mittels einer 3D-Visualisierung umfänglich dargestellt. Höhepunkt war in der finalen Stufe die Live-Präsentation des Produkts auf einem eigens dafür konzipierten Stand der internationalen Leitmesse „Prolight + Sound“ in Frankfurt am Main. Im Nachgang erhielten alle Vertriebspartner Demo-Material. Lokale Markteinführungen folgten und wurden durch crossmediale Anzeigenkampagnen flankiert. Der offizielle Verkaufsstart der „dot2“-Produkte erfolgte mit Kommunikationsmedien in insgesamt 24 Sprachen.

„Die professionelle Umsetzung hat die Jury beeindruckt, der Launch war perfekt durchdacht und von Erfolg gekrönt“, fasst Juryvorsitzender Frank Nientiedt zusammen. Sechs Monate nach der Markteinführung gab es rund 438.000 Seitenaufrufe der Website, weit über 110.000 Klicks auf Videos und von 1.500 produzierten „dot2“-Konsolen sind bereits 1.200 bei Kunden im Einsatz: „Die Lightpower GmbH ist mit dieser Erfolgsgeschichte ein würdiger Preisträger.“

Das Unternehmen

2014 beschäftigte das Unternehmen mit Sitz in Paderborn und Tochterunternehmen in Linz, London, Singapur, Sao Paulo, Dubai und Helsinki 115 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 32 im Ausland. Der Jahresumsatz betrug 72 Millionen Euro. Das Unternehmen hat 46 internationale Vertragspartner und mehr als 1.100 aktive Kunden. Die Lightpower GmbH genießt mit dem Merkmal eines „First Suppliers“ die höchste Lieferantengüte bei den beiden weltweit größten Entertainment-Konzernen „Disney“ und „Cirque du Soleil“.

www.lightpower.de

Fragen zur „Marketing OWL 2016“ beantworten:

Prof. Dr. Uwe Rössler

Präsident Marketing Club OWL Bielefeld
Telefon: 0521 106-5080
uwe.roessler@fh-bielefeld.de

André Mielitz

Geschäftsführer MC OWL Bielefeld
Telefon 0521 93256-20
andre.mielitz@artgerecht.de

Lightpower GmbH

Ansgar von Garrel
Leiter Marketing
Lightpower GmbH
Telefon: 05251 688865-191
ansgar.vongarrel@malighting.com
www.malighting.com



MARKETING CLUB
OWL BIELEFELD

Die Marketing OWL

Die „Marketing OWL“ wird seit 1997 an ein mittelständisches Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe verliehen, das sich in jüngster Vergangenheit nachweislich durch eine erfolgreiche Marketingstrategie überproportional positiv in seinem Markt durchgesetzt hat. Kriterien für die viel beachtete Auszeichnung sind Markterfolg, nachweisbare Leistungen im Marketing und eine insgesamt marktorientierte Unternehmensführung.

Die „Marketing OWL“, eine in Bronze gegossene Eule, ist als Synonym für den „geschärften Blick“ marketingorientierter Unternehmen zu verstehen. Das englische Wort „OWL“ für „Eule“ ist identisch mit der Abkürzung für die Region Ostwestfalen-Lippe: OWL.

www.mc-owl-bielefeld.de

Die Mitglieder der Jury der „Marketing OWL 2016“

Jens Beining

Geschäftsführender Gesellschafter p.h.G. Wortmann Schuh-Holding, Detmold

Prof. Dr. Fred G. Becker

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, Universität Bielefeld

Jörg-Uwe Goldbeck

Geschäftsführer GOLDBECK GmbH, Bielefeld

Thomas Lauritzen

Direktor Unternehmenskoordination und Pressesprecher, SCHÜCO International KG, Bielefeld

Wolf D. Meier-Scheuven

Geschäftsführer BOGE Kompressoren Otto Boge GmbH & Co. KG, Bielefeld

André Mielitz

Geschäftsführender Gesellschafter Artgerecht Werbeagentur, Bielefeld

Thomas Niehoff

Hauptgeschäftsführer Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld

Frank Nientiedt

Leiter Corporate Marketing, Böllhoff Gruppe, Bielefeld, Vorsitzender der Jury

Holger Piening

Geschäftsführer, Piening GmbH, Bielefeld

Alf Meyer zur Heyde

Mitglied der Geschäftsleitung Deutsche Bank AG, Bielefeld

Susanne Schaefer-Dieterle

Inhaberin ssd Kommunikation, Bielefeld

Gerd Oliver Seidensticker

Geschäftsführender Gesellschafter Textilkontor Walter Seidensticker GmbH & Co. KG, Bielefeld



MARKETING CLUB
OWL BIELEFELD

Die Preisträger der „Marketing OWL“

1997	H. & E. Reinert GmbH & Co. KG, Versmold
1998	Goldbeckbau GmbH, Bielefeld
1999	CE Computer Equipment AG, Bielefeld
2000	Molkerei H. Strothmann GmbH, Gütersloh
2001	Alcina Cosmetic Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG, Bielefeld
2002	Gerry Weber International AG, Halle
2003	CLAAS KGaA mbH, Harsewinkel
2006	SCHÜCO International KG, Bielefeld
2008	Böllhoff Gruppe, Bielefeld
2010	Wortmann KG, Detmold
2012	BOGE KOMPRESSOREN Otto Boge GmbH & Co. KG, Bielefeld
2014	Piening GmbH, Bielefeld

2016 Lightpower GmbH, Paderborn

In den Jahren 2004 und 2005 erfolgte wegen der Feier des 50-jährigen Jubiläums am 22. April 2005 keine Ausschreibung. Seit 2006 wird die „Marketing OWL“ alle zwei Jahre vergeben.

Ein Foto des Preises „Marketing OWL“ und der Preisträger kann angefordert werden unter: mc@artgerecht.de

Zum Marketing Club OWL Bielefeld e. V.

Der Marketing Club OWL Bielefeld e. V. versteht sich als regionales Netzwerk des Erfahrungsaustausches und der Fachinformation. Im Marketing Club treffen sich rund 400 Führungskräfte der Wirtschaft in Ostwestfalen-Lippe, die in Marketing und Vertrieb Verantwortung tragen. Sie alle profitieren von der „Selbstbedienung in fremder Erfahrung“ und stärken „Marketing in OWL“.

Mitglieder sind Unternehmerinnen und Unternehmer, Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer, weitere Führungskräfte und leitende Angestellte, in Marketing und Vertrieb tätige Beraterinnen und Berater sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Außerdem gibt es Firmenmitgliedschaften, die immer mehr Unternehmen in OWL nutzen. Die Einbindung in die Marketing-Community des Deutschen Marketing Verbandes (DMV) ermöglicht Kontakte zu mehr als 14.000 Mitgliedern in 65 Clubs.

Gäste sind willkommen und werden um einen Kostenbeitrag gebeten. Studierende der Hochschulen in der Region können nach Anmeldung kostenlos an den Veranstaltungen teilnehmen.

Präsident ist Prof. Dr. Uwe Rössler, Geschäftsführer ist André Mielitz.

www.mc-owl-bielefeld.de

Geschäftsstelle MC: Telefon 0521 5219590



MARKETING CLUB
OWL BIELEFELD

Bildlegende Marketing-OWL-2016-Lightpower.jpg

Preisträger der Marketing OWL 2016: Die Lightpower GmbH aus Paderborn wird für ihre internationale Kampagne zum Produkt „dot2“ ausgezeichnet (v. l.): MC Geschäftsführer André Mielitz, Ansgar von Garrel, Leiter Marketing Lightpower GmbH, Maxime Harges, Marketing Lightpower GmbH, Ralph-Jörg Wezorke, Geschäftsführer Lightpower GmbH, und MC Präsident Prof. Dr. Uwe Rössler.

Foto: Esther Baumann