



Information für die Medien

## **Für konsequente Markenpolitik: „Marketing OWL 2014“ an Piening Personal**

### **Marketing-Club OWL Bielefeld vergibt zum zwölften Mal renommierten Marketingpreis / Preisverleihung an Piening am 13. Juni 2014 / Sonderpreis an OWL GmbH und regionale Akteure für Spitzencluster „it's OWL“**

(Bielefeld, 25. Februar 2014). Zum zwölften 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 Bielefelder Unternehmen Piening Personal ausgewählt. Ein Sonderpreis geht an das Team der OWL GmbH, das in Kooperation mit zahlreichen Akteuren aus der Region das Spitzencluster „it's OWL“ für Ostwestfalen-Lippe gewinnen konnte. Die Preisverleihung findet am Freitag, 13. Juni 2014, statt.

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.

Piening Personal wurde 1979 durch Agnes und Jürgen Piening gegründet. Heute führt Sohn Holger Piening das Familienunternehmen in zweiter Generation. Piening Personal gehört zu den TOP 15 der Personaldienstleister und Zeitarbeitsfirmen in Deutschland. In mehr als 50 Niederlassungen arbeiten über 6.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Umsatz stieg von 40 Millionen Euro im Jahr 2004 auf ca. 200 Millionen Euro im Jahr 2013.

Seit 2007 führt Piening über unabhängige Institute regelmäßige Mitarbeiterbefragungen durch. So konnte Piening bereits dreimal die Auszeichnung „Top Job“ als einer der besten Arbeitgeber im deutschen Mittelstand entgegen nehmen.

Regelmäßig durchläuft das Unternehmen Zertifizierungsprozesse im Bereich Qualitätsmanagement sowie im Gesundheits- und Arbeitsschutz. Darüber hinaus engagiert sich Piening im Interessenverband Deutscher Zeitarbeitsunternehmen e. V. (iGZ) und bietet den Mitarbeitern Arbeitsverträge auf Grundlage der Tarifvereinbarungen zwischen iGZ und den DGB-Gewerkschaften.

Holger Piening: „Wir gehen fair und respektvoll miteinander um. Wir sind ein großes Team, in dem jeder eine wichtige Funktion einnimmt. Wir pflegen unsere Unternehmenskultur, die auf nachhaltigen Erfolg, regionale Verankerung und Wertschätzung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausgerichtet ist. Die hohe Zufriedenheit unserer Mitarbeiter zeigt sich auch darin, dass viele von ihnen langfristig bei uns beschäftigt sind.“



## 2010: Start der Markenneuausrichtung

„Wir bewegen Menschen, Menschen bewegen uns.“ Dieser Claim beschreibt den Anspruch von Piening, das für sich einen „exzellenten Rund-um-Service im Bereich der Personaldienstleistungen“ reklamiert. 2010 hatte Holger Piening für sein Unternehmen einen Rebrandingprozess in Gang gesetzt, um die Marke Piening zu stärken. Aus „Piening Personal Service GmbH“ wurde Piening Personal – der Firmenname und das wichtigste Geschäftsfeld sind schnell und eindeutig identifizierbar.

Vier Jahre später zieht der geschäftsführende Gesellschafter eine positive Bilanz: „Wir haben unsere Qualität für Mitarbeiter, Bewerber und Kunden gleichermaßen sichtbar gemacht. Das Bild von Piening wird an allen 50 Standorten einheitlich wahrgenommen.“

Das Marketingteam ist klein, die Marketingbudgets sind bescheiden. Kreative Höhenflüge sucht man vergebens, Evolution statt Revolution war die Vorgabe für die Marketingstrategie. Bei Piening geht es um solide, messbare Marketingarbeit, um die konsequente Umsetzung der Markenneuausrichtung.

Im Rahmen der Markenarchitektur wurden zunächst das Unternehmenslogo und die Geschäftsbereich-Logos neu gestaltet. Ausgehend vom Logo stand das komplette Corporate Design auf dem Prüfstand. Die Website soll 2014 noch einmal überarbeitet und mit zusätzlichen Dialogelementen aufgewertet werden. Selbstverständlich ist Piening auf Facebook, Google+, XING und auf dem Arbeitgeberbewertungsportal kununu unterwegs.

Alle Entscheider im Unternehmen kennen das Corporate Wording und die Bildsprache. Der optische Auftritt der mehr als 50 Niederlassungen ist bis ins Detail festgelegt – nichts ist dem Zufall überlassen. Die Abteilung Marketing versteht sich als interner Dienstleister. Alle im Unternehmen sind aufgefordert, das umfangreiche Marketingangebot zu nutzen.

Bei einem Blick auf die Zahlen wissen Holger Piening und Frank Schrader, Mitglied der Geschäftsleitung und zuständig für Marketing und Unternehmensentwicklung, dass sie vieles richtig gemacht haben. Die Einbrüche als Folge der Finanzmarktkrise sind längst kompensiert. Das Unternehmen konnte 2013 einen Umsatz von ca. 200 Millionen Euro melden, Tendenz steigend.

Jährlich werden 6.000 bis 7.000 Einstellungen und Ausstellungen bewältigt. Piening hat es pro Jahr mit geschätzten rund 100.000 Bewerbungen zu tun, die durchschnittliche Beschäftigungsdauer liegt bei zwei Jahren. Deutschlandweit arbeitet etwa jeder Dritte der rund 900.000 Zeitarbeitnehmer im Helferbereich. Doch der Bedarf an höher qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, etwa Facharbeiter und Ingenieure, steigt stetig. Eine neue Herausforderung ist die Entwicklung, dass Zeitarbeit bei den Kunden als Rekrutierungskanal genutzt wird, „die besten Mitarbeiter gehen verloren“. Längst haben sich Recruiting, Personalvermittlung, Outsourcing oder Outplacement zu wichtigen Geschäftszweigen für Piening entwickelt.

Die Kunden verlangen eine vertrauensvolle Zusammenarbeit, „wir sind mittelstandstauglich“. Die Mitarbeiter dürfen sich ebenfalls als Kunden und somit wertgeschätzt fühlen und sollen von kontinuierlicher Investition in ihr Fachwissen profitieren. Sie sind es auch, die in Printanzeigen oder auf der Website quasi als Testimonials für ihr Unternehmen sprechen. Der Aufbau als Arbeitgebermarke verläuft erfolgreich.

[www.piening-personal.de](http://www.piening-personal.de)



## **Sonderpreis für OWL GmbH und das Spitzencluster „it's OWL – Intelligente Technische Systeme“**

Einen Sonderpreis vergab die Jury der Marketing OWL 2014 stellvertretend an das Team der OWL GmbH, dem es gemeinsam mit zahlreichen Akteuren aus der Region im Jahr 2012 gelungen ist, das Spitzencluster „it's OWL – Intelligente Technische Systeme“ nach Ostwestfalen-Lippe zu holen. Dieser grandiose Erfolg, für den sich die Clusterpartner gegen hochkarätige Wettbewerber aus ganz Deutschland durchsetzen konnten, bringt 40 Millionen Euro Fördermittel in die Region und bietet die hervorragende Chance, OWL als Spitzenclusterregion zu profilieren.

Die Bewerbung im Spitzenclusterwettbewerb wurde ursprünglich aus einer Marketingperspektive entwickelt. Als führender Kopf eines Zusammenschlusses von Akteuren aus Wirtschaft und Wissenschaft der Region hatte Prof. Dr.-Ing. Jürgen Gausemeier, Professor am Heinz Nixdorf Institut der Universität Paderborn, maßgeblichen Anteil am Erfolg in Berlin. Heute ist Gausemeier Vorsitzender des Clusterboards.

Mit hohem Engagement und Konsequenz haben alle Beteiligten in den letzten zwei Jahren die Marke „it's OWL“ entwickelt und strategisch bei den relevanten Zielgruppen platziert. In dem Technologie-Netzwerk haben sich 174 Unternehmen, Hochschulen und weitere Partner zusammengeschlossen. In 45 Forschungsprojekten werden Intelligente Technische Systeme entwickelt. Die erfolgreiche Umsetzung wird heute in der it's OWL Clustermanagement GmbH betrieben. Das Marketing läuft in enger Abstimmung mit der OWL GmbH: Der Cluster und seine Themen stehen auch im Mittelpunkt des Regionalmarketings der OWL GmbH. So etwa auf der EXPO Real in München, auf der die Region mit dem Label „Spitzenclusterregion“ wirbt.

In Kooperation von Technologieführern und Spitzenforschungseinrichtungen entsteht eine einzigartige Technologieplattform, die für Wachstum und Beschäftigung in der Region sorgen und einen Beitrag zur Sicherung der Produktion am Standort Deutschland leisten wird. Die Ziele sind hoch gesteckt: Sicherung von 80.000 Arbeitsplätzen und Schaffung von 10.000 neuen Arbeitsplätzen. Geplant ist die Gründung von 50 neuen Unternehmen und 5 neuen Forschungsinstituten. 500 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sollen in die Region geholt werden. [www.its-owl.de](http://www.its-owl.de)

### **Fragen zur „Marketing OWL 2014“ beantworten:**

**Prof. Dr. Uwe Rössler**

Präsident Marketing-Club OWL Bielefeld  
Telefon: 0521 106-5080  
[uwe.roessler@fh-bielefeld.de](mailto:uwe.roessler@fh-bielefeld.de)

**André Mielitz**

Geschäftsführer MC OWL Bielefeld  
Telefon 0521 93256-20  
[andre.mielitz@artgerecht.de](mailto:andre.mielitz@artgerecht.de)

**Piening GmbH**

Holger Piening, Frank Schrader  
Piening GmbH  
Telefon: 05205 1004-370  
[presse@pieninggmbh.de](mailto:presse@pieninggmbh.de)  
[www.piening-personal.de](http://www.piening-personal.de)

**OWL GmbH**

Herbert Weber  
Geschäftsführer  
Telefon: 0521 96733-16  
[h.weber@ostwestfalen-lippe.de](mailto:h.weber@ostwestfalen-lippe.de)  
[www.ostwestfalen-lippe.de](http://www.ostwestfalen-lippe.de)  
[www.its-owl.de](http://www.its-owl.de)



## Die Mitglieder der Jury „Marketing OWL 2014“

### **Prof. Dr. Fred G. Becker**

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, Universität Bielefeld

### **Jens Beining**

Mitglied der Geschäftsleitung Wortmann KG, Detmold

### **Wilhelm A. Böllhoff**

Geschäftsführender Gesellschafter Wilhelm Böllhoff GmbH & Co. KG, Bielefeld

### **Dipl.-Kff. Claudia Dohn**

Leiterin Private Banking, NATIONAL-BANK AG, Münster

### **Jörg-Uwe Goldbeck**

Geschäftsführer GOLDBECK GmbH, Bielefeld

### **Thomas Lauritzen**

Direktor Unternehmenskoordination und Pressesprecher, SCHÜCO International KG, Bielefeld

### **André Mielitz**

Geschäftsführender Gesellschafter Artgerecht Werbeagentur, Bielefeld

### **Thomas Niehoff**

Hauptgeschäftsführer Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld, Bielefeld

### **Prof. Dr. Uwe Rössler**

Fachbereich Wirtschaft und Gesundheit, Fachhochschule Bielefeld/Präsident Marketing-Club OWL Bielefeld e.V.

### **Susanne Schaefer-Dieterle**

Inhaberin ssd Kommunikation, Bielefeld

### **Gerd Oliver Seidensticker**

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

### **Andrea Stieg**

Senior Produkt Manager, Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG, Bielefeld, Vorsitzende der Jury

## 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**

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“ kann angefordert werden unter: [mc@artgerecht.de](mailto: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.

Die Clubabende finden an unterschiedlichen Orten statt. Zusätzlich zu den Vorträgen bietet der Marketing-Club Workshops an sowie Betriebsbesichtigungen im Rahmen der Reihe „Marketing vor Ort“. Darüber hinaus gibt es Netzwerk-Veranstaltungen exklusiv für Mitglieder. Themen, die die Branche aktuell beschäftigen, werden bei „Marketing aktuell“ diskutiert.

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](http://www.mc-owl-bielefeld.de)

**Geschäftsstelle MC: Telefon 0521 5219590**