

Marketing ist mehr als Werbung

Der Marketing Club Südwestfalen hat SKS metaplast aus Sundern mit dem 24. Südwestfälischen Marketing Preis ausgezeichnet.

Als einer der führenden Hersteller von Qualitätszubehör in der interationalen Radsport-Branche hat SKS mit einer eigenständigen Marketingstrategie eine gleichermaßen mutige wie erfolgreiche Korrektur des klassischen Vertriebsweges durchgeführt: statt Belieferung des Großhandels direkte Belieferung des Einzelhandels. „Getreu dem Motto ‚Brich die Regel, bevor sie Dich bricht‘, hat es SKS mit dieser Strategie geschafft, den Unternehmenserfolg sowie die Markenbegehrlichkeit zu steigern“, begründete MC-Präsident Willi



Michael Beste und Willo Blome

Denecke die Preisvergabe 2016. Im Auswahlverfahren hatte sich die SKS gegen 25 Konkurrenten durchgesetzt. Im Fokus des Suchfeldes stand das Motto „Marketing 4.0 – Herausforderungen im digitalen Zeitalter“.

In der 95-jährigen Geschichte von SKS wurde Marketing bis 1998 vor allem produktionsorientiert gesehen. Mit Beginn des letzten Jahrzehntes dann gab es eine klare Fokussierung auf die Marke. Das angestrebte Ziel, sich von der Position eines traditionellen Metall- und Kunststoffverarbeiters zu einem markenstarken Anbieter

von hochwertigen und designorientierten Produkten für den Freizeitmarkt zu entwickeln, wurde konsequent und schrittweise erfolgreich umgesetzt. 2008 wurde jedoch festgestellt, dass trotz Markenbekanntheit und Markenbegehrlichkeit eine Stagnation im Unternehmenserfolg sichtbar wurde. SKS entschied sich, statt wie bisher und in der Branche üblich, nicht mehr nur den Großhandel zu beliefern, sondern auch den Einzelhandel direkt. Eine vielschichtige Handelsunterstützung und die konsequente Endverbraucher-Ansprache sicherten Unverwechselbarkeit, stärkten die Markenbekanntheit und ließen Handel und Endverbraucher zu Freunden der Marke werden. Die crossmediale Marketingstrategie – analog, digital und z.B. bei Sportveranstaltungen im Outdoor-Bereich – lässt SKS Trends und Kundenwünsche frühzeitig erkennen, transportiert Innovationen und sichert einen kontinuierlichen Kompetenz- und Imagegewinn.

Übergeben wurde der Preis im Rahmen einer Festveranstaltung mit rund 350 Besuchern in der SIHK. Die Skulptur wurde traditionell von Arwed Fritsch gestaltet, Künstler und Ehrenmitglied des Marketing Clubs.

Die Unternehmensgeschichte begann 1921, als Karl Scheffer-Klute mit der Fertigung von Gardinenstangen startete. Nachdem die Geschäfte an seinen Schwiegersohn Wilhelm Blome übergegangen waren, übernahm dieser 1932 die ortsansässige Luftpumpenfabrik und stieg in die Fertigung von Metallpumpen ein. Der entscheidende Durchbruch gelang in den 1950er Jahren mit Beginn der Fertigung von Luftpumpen aus Kunststoff – ein weiterer 1983 mit dem Einstieg in die Produktion von Radschützern. Heute prägen hochwertige Mini- und Rahmenpumpen, präzise Dämpferpumpen und der SKS-Rennkompressor das Luftpumpen-Sortiment. Auch im Radschutzbereich präsentiert das Unternehmen immer neue Entwicklungen. Alles unter dem Motto: Made in Germany.