

# Die können sich sehen lassen

Lohnunternehmen Zöller gewinnt Marketingpreis als eine von vier Firmen in Deutschland



Mit Werbung zum Preis: Werner und Petra Zöller demonstrieren ihr erfolgreiches Marketing-Portfolio.

FOTO: UDO MEISSNER

VON DOMINIK ALBRECHT

**Süstedt.** Eine kleine schwarze Schachtel fristet auf einem Drehstuhl in dem Bauhäuschen sein Dasein. Darin vor den Augen verborgen: ein gläserner Preis. „Lohnunternehmen Werner Zöller“ ist darauf zu lesen. Kaum zu glauben, aber während andere eigens eine Vitrine für den Preis anfertigen würden, üben sich Werner und Petra Zöller im Understatement. Dabei geht es beim Sonntag auf der Agritechnica in Hannover verliehenen Marketingpreis 2017 des Bundesverbands der Lohnunternehmer ja eigentlich gerade um die wirksame Darstellung nach außen.

Selbst für die Teilnahme zum Wettbewerb musste Petra Zöller zunächst vom Chefredakteur der Zeitschrift „Lohnunternehmer“ motiviert werden. „Eigentlich wollte ich gar nicht teilnehmen, weil das ja auch viel Arbeit macht“, erklärt Petra Zöller und erinnert sich an den Aufwand, die 109 Seiten starke Bewerbungsmappe zu erstellen. Erst da sei ihr aufgefallen, was das Unternehmen in den vergangenen drei Jahren alles geleistet habe. Dabei gibt es das Lohnunternehmen selber schon deutlich länger. Genau genommen 56 Jahre. Da legte Werner Zöllers Vater Manfred Zöllner mit der Anschaffung eines Mähdeschers den Grundstein für das Unternehmen. Bei einer internen Betriebsteilung entstand 2011 dann das Lohnunternehmen Werner Zöller, welches der Namensgeber seither mit Unterstützung seiner Frau Petra führt. Vor drei Jahren dann der Umzug nach Süstedt.

Das überall präsente Corporate Design wurde 2011 von einem Experten entworfen.

Die Komposition aus einer Grasbahn im Vordergrund und mit angedeutetem Maisfeld im Rücken zielt von Blöcken über Kulis, diversen Flyern bis hin zum Briefpapier alle Produkte der Firma. Das steigere den Wiedererkennungswert. „Die Menschen verbinden im Idealfall den Grasstreifen mit unserem Unternehmen“, hofft Petra Zöller. Marketing wird, wie es laut Petra Zöller auch bei der Preisverleihung bestätigt wurde, in vielen Betrieben noch immer vernachlässigt und ist oft Frauensache. Da trifft es sich ja super, dass Petra Zöller Hobby-Fotografin ist und massig Fantasie hat. „Ich bin manchmal vielleicht kreativer, als es meinem Mann lieb ist“, gesteht sie und lacht. So durfte sich ein Mitarbeiter zum Einzug in sein neues Haus über einen handbemalten amerikani-

„Ich bin manchmal  
vielleicht kreativer als  
meinem Mann lieb ist.“

Petra Zöller über ihren Ideenreichtum

schen Briefkasten der Künstlerin Dorothee Menzel freuen, auf dem landwirtschaftliche Fahrzeuge zu sehen sind. „Und da der Mitarbeiter in einem anderen Landkreis wohnt, sind wir da jetzt auch noch vertreten“, merkt Petra Zöller schmunzelnd an. Und für einen Jungen, dessen Großväter in der Landwirtschaft arbeiten, gab es einen Schulranzen mit aufgenähten Treckern.

Darüber hinaus hat jeder Mitarbeiter seine eigene Kleidung mitsamt Logo und Vornamen. „In der Landwirtschaft geht ganz viel per Du. So wissen die Kunden sofort, mit wem sie es zu tun haben“, führt Petra Zöller aus. Die Detailverliebtheit setzt sich sogar bis auf das Kennzeichen des Firmen-Caddys fort. So sind die Zahlen 3459 gleichzeitig die Telefonnummer des Unterneh-

mens. Ist das nicht übertrieben? Nicht, wenn es nach Petra Zöller geht: „Man muss immer im Blickwinkel und Gespräch der Kunden bleiben.“ Dabei gehe es nicht hauptsächlich darum, neue Aufträge zu bekommen. Vielmehr sieht Geschäftsführer Werner Zöller darin eine Image-Kampagne. „In der Landwirtschaft ist es wichtig, wie wir von der Bevölkerung wahrgenommen werden. Wir sind ja nicht alleine auf der Welt“, erklärt er. Von dem Preis erhofft sich der Geschäftsmann daher auch vordergründig eine positive Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. „Unsere Philosophie ist es, die bestehenden Kunden zu pflegen und zu halten. Wenn dann noch jemand dazukommt, sind wir nicht böse, aber wir wollen nicht mit dem Ellbogen in der Gesellschaft auftreten“, zeigt er sich bescheiden.

Mit dem Preis möchten sich Werner und Petra Zöller aber nicht auf Lorbeeren ausruhen, längst haben sie die nächsten Projekte im Blick. Unter anderem soll das Kinderbuch „Olli der Esel“ in Kindergärten und Grundschulen über die Aufgaben eines Lohnunternehmens aufklären. Was nach früher Indoktrinierung klingt, soll laut Werner Zöller vielmehr die Augen dafür öffnen, was in der Landwirtschaft heutzutage passiert und mit Vorurteilen aufräumen.

Obwohl Petra Zöller schon an alle möglichen Wege des Marketings gedacht hat, konnte sie nach eigenen Angaben auf der Preisverleihung auf der Agritechnica, der weltgrößten Landmaschinenausstellung, in Hannover noch einiges lernen. So haben andere Bewerber schon die sozialen Netzwerke entdeckt, auf denen das Lohnunternehmen zeitbedingt noch nicht vertreten ist. Eine Aktion hat besonders Eindruck bei Petra Zöller geschunden: „Eine Transportfirma hat zu Ostern Ostereier im Firmendesign verschickt. Darauf war der Hinweis, dass ihre Waren immer sicher ankommen.“

Und noch einen Vorteil bringt der Preis der Marketing-Expertin. Durch ihr Engagement wurde Petra Zöller vom Bundesver-

band der Lohnunternehmen gefragt, ob sie ein Teil des Ausschusses für Öffentlichkeitsarbeit in Hannover sein möchte. Ihrem Mann bleibt sie dennoch erhalten, nach Hannover gehe es nur zwei Mal im Jahr. Als Fachfrau soll sie aus der Praxis berichten und Anregungen geben. „So bleiben wir im Austausch und erhalten neue Ideen.“