



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

## PRESSEMITTEILUNG

### **Deutscher Marketing Preis 2017 – Die Jury hat entschieden**

Thermomix erhält die seit 1973 verliehene Premium-Auszeichnung für eine Spitzenleistung im deutschen Marketing

**Düsseldorf, den 27. September 2017 – Innovativer Wandel, erlebbare Digitalisierung und eine gesamtheitliche Marketingstrategie: Der Deutsche Marketing Verband verleiht den Deutschen Marketing Preis 2017 an Thermomix von Vorwerk. Die hochkarätige 30-köpfige Jury aus Wirtschaft, Wissenschaft, Agenturen und Medien ist überzeugt, dass die Gesamt-Marketingleistung des Unternehmens von Offline, über Digital, Kommunikation, Vertrieb, Produkt und über alle Kundeninteraktionskanäle hinweg den Erfolg der Marke begründet hat – und es somit die Kriterien zur Vergabe optimal erfüllt. Thermomix konnte sich im Finale der Top 5-Kandidaten gegen Check24, Edeka, Hornbach und Rügenwalder Mühle durchsetzen. Der Deutsche Marketing Preis 2017 wird am 23. November auf dem 44. Deutschen Marketing Tag in Frankfurt verliehen.**

Der innovative Wandel zu einer digitalisierten Produktstrategie

Das Marketing des Preisträgers zeichnet sich durch die permanente Weiterentwicklung, eine hochwertige inhaltliche Aufstellung und die beispielhafte Umsetzung eines Direktvertriebs aus: „Direktvertrieb in der digitalen Welt so konsequent zu leben und das Kundenerlebnis stringent hochzuhalten ist außerordentlich“, so Jürgen Lieberknecht, Targobank, Jurymitglied. Die Erfolgsstory beruht unter anderem auf dem Weitererzählen einer Geschichte und der erlebten Erfahrung mit dem Produkt. Thermomix hat es geschafft, auf der Basis einer multifunktionalen Küchenmaschine mit Kochfunktion ein übergreifendes vernetztes System aufzubauen, das aus Rezepten, der Community, Zeitschriften und der Lieferung von Kochzutaten besteht. Trotz des Erfolgs besteht großes Potential zur Erschließung weiterer Märkte sowie dem fortlaufenden Ausbau der Plattform mit Guided-Cooking-Funktion.

Die Entscheidung der Jury für Thermomix fasst Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident des Deutschen Marketing Verbands und Vorsitzender der Jury zum Deutschen Marketing Preis zusammen: „Thermomix ist geprägt von einem innovativen Wandel: Vom Produkt an sich zu einer Gesamtlösung, die auf einer klaren, digitalisierten Produktstrategie basiert – das hat die Jury überzeugt. Die erlebbare Digitalisierung plus Word-of-Mouth wird in ein vernetztes



## DEUTSCHER MARKETING VERBAND

System bestehend aus dem Serviceangebot, der Community, dem CRM und dem Vertrieb eingebunden. All das geschieht auf Knopfdruck. Die Kundenloyalität und -bindung sind beispiellos – Thermomix lebt das „Internet of things“ und zeigt die praktische Ausführung von Storytelling in seiner reinsten Form.“

### **Thermomix**

Der Thermomix aus dem Hause Vorwerk ist das Original unter den multifunktionalen Küchenmaschinen mit Kochfunktion. Seit 1984 erobert er nach und nach Küchen auf der ganzen Welt, ausschließlich über den Direktvertrieb und mehr als 15.000 Repräsentantinnen alleine in Deutschland. Neue Lieblingsrezepte mit Guided-Cooking-Funktion liefert das Rezept-Portal Cookidoo: ob vegetarisch, ayurvedisch oder clean eating – hier wird jeder fündig! Täglich vernetzen sich Fans von Thermomix online und offline und bilden eine dynamische Community. Kampagnen wie „Cookidoo & You“ zeigen die Vielfalt der Thermomix Rezepte auf während die Aktion „Thermomix it yourself“ Kunden und Repräsentantinnen zur Kreation eigener Rezepte animiert. Sämtliche Marketing-Maßnahmen zielen darauf ab, dass Kunden den Thermomix regelmäßig begeistert nutzen und so viele Erfolgs-(Koch-) Erlebnisse erfahren. Der Thermomix hat das Thema Kochen neu definiert, und selbst ausgeprägte Kochmuffel werden so zu begeisterten Hobbyköchen.

### **Der Deutsche Marketing Preis**

104 nominierte Unternehmen, fünf Finalisten, sieben Phasen und elf Kriterien: Bis zur Entscheidung hat Thermomix das mehrere Monate dauernde Auswahlverfahren durchlaufen. Das Bewerbungsverfahren ist darauf ausgelegt, maximale Transparenz sowohl in Bezug auf den Ablauf als auch die für die Bewertung herangezogenen Kriterien zu gewährleisten. In sieben Phasen haben die Bewerber die Möglichkeit, die Jury von der beispielhaften Marketingleistung zu überzeugen: Auf die freie Bewerbung und die Nominierung für die Long-List folgen die Vorqualifizierung mittels eines standardisierten Fragebogens sowie die Online-Bewertung der Jury, auf deren Basis die Top 5-Kandidaten ermittelt werden. Danach präsentieren die Finalisten auf der Jury-Sitzung ihren Case.

Die Liste der bisherigen Preisträger liest sich wie das „Who-is-Who“ der deutschen Wirtschaft, darunter Motel One, Immobilienscout24, Lindt oder Zalando. Im letzten Jahr konnte sich das 2007 gestartete Start-up-Unternehmen mymuesli die Trophäe sichern. Der Preis



## DEUTSCHER MARKETING VERBAND

wird am 23. November auf der Abendveranstaltung des 44. Deutschen Marketing Tags in Frankfurt verliehen, wo der „Case Thermomix“ unmittelbar erlebt werden kann.

Weitere Informationen unter

<http://www.marketingverband.de/auszeichnungen/deutscher-marketing-preis/>.

Das vollständige Programm zum 44. Deutschen Marketing Tag steht hier bereit:

<http://www.marketing-tag.de/programm.php>

### **Pressekontakt:**

Deutscher Marketing Verband e.V.  
Sternstraße 58  
40479 Düsseldorf  
Marina Droste, Tel.: 0211.864 06-13  
E-Mail: [presse@marketingverband.de](mailto:presse@marketingverband.de)

### **Über den Deutschen Marketing Verband e.V.**

Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland und der Österreichischen Marketing-Gesellschaft. Er vertritt die Interessen von über 14.000 Führungskräften aus marketingorientierten Unternehmen. Seit 1956 sorgt der Verband für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

<http://www.marketingverband.de>