

# CI von den Profis – seit 25 Jahren

Malerbetrieb Klug aus Bad Fallingbostel setzt auf das Know-how des KundenClubs

In diesem Jahr feiert der KundenClub ein rundes Jubiläum – er wird 25 Jahre alt. Wobei wir „alt“ da mal mit einem Augenzwinkern sagen. Denn: Auch nach all' den Jahren ist der KundenClub frisch, energiegeladen, innovativ und beliebt wie eh' und je und ruht sich noch lange nicht auf seinen Lorbeeren aus. Ganz im Gegenteil! Mit neuen Ideen und leidenschaftlichem Engagement unterstützen wir Sie auch in Zukunft in Ihrem Marketing!

Begonnen hat alles 1987 in Münster. Nur hieß der Club seinerzeit noch „Fassaden-Club“. Die ersten Mitglieder kamen vorwiegend aus der Umgebung von Münster und waren begeistert von diesem neuen Angebot von Brillux, mit dem sie sich noch stärker als Fassaden-Experten profilieren konnten. Wenig später wollte man das Spektrum des Clubs über das Thema Fassade hinaus erweitern. Mit KIS, dem Kunden-Informationssystem, bot Brillux den rund 200 Mitgliedern, die der Club 1990 zählte, immer mehr Unterstützung rund um das gesamte Thema Marketing. Kundenbindungsmaßnahmen, Anschreiben- und Anzeigenvorlagen, Tipps für den

Umgang mit säumigen Zahlern, die Gestaltung der Geschäftsausstattung, Broschüren, Infoblätter und vieles mehr gehörten zum Leistungsspektrum des Clubs.

Heute zählt der KundenClub rund 2.200 Mitglieder – Malerhandwerksbetriebe aus ganz Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz, die auf das professionelle Know-how und die Unterstützung unserer Marketing-Experten setzen. Dieses Vertrauen ehrt und freut uns – und ist uns Ansporn, auch in Zukunft immer wieder neue Impulse zu geben und für Sie da zu sein! Viele KundenClub-Mitglieder nutzten in den vergangenen Jahren das Angebot des KundenClubs, ihr Erscheinungsbild und ihre Geschäftsausstattung von den Profis im KundenClub unter die Lupe nehmen und überarbeiten zu lassen. Einer von ihnen ist Stephan Klug aus Bad Fallingbostel, der das Unternehmen in dritter Generation führt. Im vergangenen Jahr gestaltete der KundenClub den Auftritt des norddeutschen Malereibetriebs neu: modern, kreativ und ansprechend – und darum ein gutes Beispiel, an dem wir Ihnen hier einmal aufzeigen können, wie die Zusammenarbeit mit dem KundenClub ganz konkret aussieht.

**Brillux**KundenClub



Das Logo von Malereibetrieb Klug wurde vom Brillux KundenClub neu gestaltet: modern, kreativ und ansprechend.

## Am Anfang steht die Expertise

Stephan Klug war klar: Das Erscheinungsbild des Betriebes, den er 2005 von seinen Eltern übernommen hat, sollte einmal gründlich überarbeitet werden. Aber wie und was? In einem großen Paket schickte er unterschiedlichste Unterlagen zur Begutachtung an den KundenClub. Nach kurzer Zeit erhielt Stephan Klug dann ein detailliertes Ergebnis. Die Marketingexperten hatten seinen Briefbogen, die Visitenkarten, Aufkleber, Anzeigen, die Firmen-

präsentations-Broschüre, sowie die Website gecheckt: ihre Empfehlung: Das gesamte Logo – Bildmarke und Firmenschriftzug – sollte ein professionelles Redesign erfahren. Darüber hinaus sollte das Logo künftig konsequent nur in einer Erscheinungsform eingesetzt werden. Warum, das erfuhr Stephan Klug in einer umfassenden Analyse, die nicht nur die guten und weniger guten Punkte des bisherigen Auftritts beschrieb, sondern auch konkrete Verbesserungsvorschläge enthielt.



Bunt, jung, frisch und energiegeladen – die Kinderhände gehören zum neuen Auftritt.

### Auftritt in guter Malertradition

Positiv bewerteten die Experten den „in guter Malertradition“ stehenden Auftritt in den Grundfarben mit dem Wappen der Malerinnung – dies dokumentiere, das hier auf überliefertes Handwerk Wert gelegt werde. Aber: Es berge auch zwei Knackpunkte: Zum einen träten viele Malerbetriebe mit ähnlicher Symbolik auf; von den Mitbewerbern hebe sich der Malerbetrieb Klug dadurch kaum ab. Zum anderen hätten sich Sehgewohnheiten der Kunden geändert: „Die Kunden von heute wollen nicht den Stoff sehen, aus dem die Träume sind – sie wollen Ergebnisse und Versprechungen sehen!“ Heißt übersetzt: Sie wollen im Erscheinungsbild eben nicht nur Tradition oder Pinsel sehen ...

Gut gelöst sei die Gewichtung des Firmennamens im Logo: „Klug“ trete durch Schriftart und -größe hervor; die Umsetzung des Wortes „Malerbetrieb“

als weiße Buchstaben vor Rot bilde hierzu eine stimmige Ergänzung, die auch bei der Überarbeitung eine Grundlage bilden sollte. Verbesserungsfähig aber war in den Augen der KundenClub-Experten die Ausdruckskraft der Typografie. Eine besser geeignete Schriftart könnte hier Seriosität, Kreativität oder Gestaltungskönnen deutlicher herausstellen. Nicht zuletzt empfahlen sie Stephan Klug auch das Bildelement des Logos mit mehr Botschaften als nur dem Wappen aufzuladen – weil Bilder nun einmal mehr sagen als tausend Worte!

### Jedes Detail wird begutachtet

Ähnlich verfahren die Experten aus Münster mit den Werbemitteln und der Geschäftsausstattung und analysierten alles sehr genau. Zuviel Buntheit hier, eine gelungene Umsetzung dort, eine ansprechende Firmenpräsentations-Broschüre, ein Schreibblock, der optimiert werden könnte hinsichtlich des Logo-Einsatzes – kleinste Details, aber auch das große Ganze wurde ausführlich begutachtet. Eine so umfangreiche Expertise seines Auftritts begeisterte Stephan Klug von Grund auf. Der konsequente nächste Schritt war darum schnell getan: Der Malermeister beauftragte den KundenClub mit der kompletten Überarbeitung seines Erscheinungsbildes. Herausgekommen ist dabei

Der Kunde von heute will in der Werbung nicht den Stoff, aus dem die Träume sind, sehen – er will sofort träumen!



Dank des professionellen Auftritts identifizieren sich die Mitarbeiter noch stärker mit ihrem Betrieb.



Eine gelungene CI ist vielseitig einsetzbar.

ein starker, farbenfroher und professioneller Auftritt, mit dem der Malerbetrieb in der Öffentlichkeit ein sympathisches und auftragswirksames Bild abgibt! Bestehende Kunden werden so in ihrer Wahl des Unternehmens bestätigt – neue Kunden werden sicherlich hinzugewonnen. Und obendrein identifizieren sich auch die Mitarbeiter noch stärker mit ihrem Unternehmen. Der neue Auftritt des niedersächsischen Malerbetriebs ist ein gutes Beispiel für die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem KundenClub – wir würden uns freuen, wenn wir auch Ihnen rund um Ihr Erscheinungsbild Inspiration und konkrete Unterstützung geben können! ■

Übrigens: Nutzen Sie den Wertscheck Nr. 5 für eine kostenlose Expertise Ihres Erscheinungsbildes.

Brillux KundenClub  
E-Mail: [info@brillux-kundenclub.de](mailto:info@brillux-kundenclub.de)  
Tel.: +49 (0)251 7188-759



(©www.istockphoto.com/blackred)



Das alte Logo war nicht mehr ganz zeitgemäß und bekam eine umfassende Überarbeitung.