

# MEHR STRAHLKRAFT DURCH KLARE POSITIONIERUNG



## PREMIUM-PARTNERKONZEPT FÜR GESTALTUNGSORIENTIERTE MALERBETRIEBE

- Erfolgreiches Internetmarketing
- Große Reichweiten
- Exklusive Gestaltungsprodukte
- Garantierter Gebietsschutz
- Exzellenter Erfahrungsaustausch
- Interne Bild- und Wissensdatenbank
- Azubi- und Mitarbeitergewinnung
- Erstklassige Alleinstellungen

Wertvolle Synergien durch  
intelligentes Zusammenwirken

Liebe Malermeister, liebe Malermeisterinnen,  
in dieser Broschüre gebe ich Ihnen einen ersten Überblick über die Inhalte und Vorteile des MW-Partnerkonzeptes. Es unterstützt gestaltungsorientierte Malerbetriebe bei der Entwicklung zu regionalen Leuchttürmen. Wenn auch Sie Ihren Malerbetrieb als Nr. 1 für Gestaltungen in die Köpfe Ihrer Zielgruppe bringen möchten, stelle ich Ihnen das Konzept gerne persönlich vor.

Ihr Volker Geyer



## Das MW-Partnerkonzept ist ein internationaler Kooperationsverbund gestaltungsorientierter Malerbetriebe mit hohem Synergiepotenzial.

Der Malermeister und Betriebswirt des Handwerks Volker Geyer ist lizenzierter Marketingtrainer und EKS- Unternehmensstrategie. 2000 startete er seine erste regionale Handwerkskooperation. 2005 gründete er die Marke Malerische Wohnideen®. 2010 begann er mit gezieltem Internet- und Social-Media-Marketing für seinen auf Wohn- und Wandgestaltungen spezialisierten Malerbetrieb. 2011 wurde Volker Geyer für sein Konzept von der Europäischen Kommission in Brüssel geehrt. Sein Blog mit Projekt- und Netzwerk-Stories, der Showroom und die Presseberichte auf der Website erzielen heute bis zu fünfstellige Zugriffszahlen pro Tag.

Volker Geyer hat seine langjährigen Erkenntnisse gebündelt: 2014 schrieb er mit dem Internetprofi Thomas Issler das Buch „Der Internet-Marketing-Plan für Handwerksunternehmen“. Im Januar 2015 startete er mit seiner Marke das Partnerkonzept Malerische Wohnideen®. Zahlreiche Malerbetriebe aus Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg und Liechtenstein gehören heute dem erfolgreichen MW-Netzwerk an. Regelmäßig kommen neue Partnerbetriebe hinzu. Mittlerweile ist der Malerunternehmer und Marketingprofi nicht nur im Handwerk, sondern auch auf Unternehmerveranstaltungen ein gefragter Redner. Seine Schwerpunktthemen sind Content Marketing, Positionierung, Kooperation und Führung im Handwerk.

” Was macht man, um zu den Besten zu gehören?  
Man schließt sich den Besten an, um von ihnen  
zu lernen und sich mit ihnen auszutauschen.

MW-Partner Alain Kutten



# DAS MW-PARTNERKONZEPT

MW-Partnerbetriebe entwickeln sich zu Gestaltungsmaler-Leuchttürmen in ihren Regionen!

1

## KLARE POSITIONIERUNG

- Hohe Markenbekanntheit
- Schärfung der Positionierung
- Schaffen von Alleinstellungsmerkmalen
- Exklusivität bei Gestaltungsprodukten
- Gebietsschutz für MW-Partner

2

## ERFOLGREICHES MARKETING

- Professionelles Internet-Marketing mit Blog
- Kontinuierliche Social Media Präsenz
- Erprobte Marketing- und Vertriebstools
- Gegenseitiges Empfehlen
- Reichweitenstarker Newsletter

3

## NETZWERK MIT SYNERGIEN

- Netzwerk mit besonderem Spirit
- Wissens- und Erfahrungsaustausch
- Einkaufsvorteile durch Verbundstärke
- Einzigartige Wissensdatenbank
- Strategie zur Azubi- und Mitarbeitergewinnung

4

## EINZIGARTIGE PRODUKTE

- Exklusive Produktpartner
- Leistungen und Angebote mit Alleinstellung
- Nischenprodukte mit Premiumvorteilen
- Regelmäßige Produktschulungen
- Permanentes Produktscouting

# 10 SÄULEN DES MW-PARTNERKONZEPTS

## 1 Strategische Markenpositionierung

Malerische Wohnideen® ist eine bekannte, eingetragene Marke im Malerhandwerk. Der Schriftzug steht allen MW-Partnerfirmen als Hauptfirmenlogo oder als Co-Label zur Verfügung. Es steht für Gestaltungskompetenz und für Qualität in Beratung, Service und Ausführung. Alle MW-Partnerfirmen geben ein Markenversprechen ab.

## 2 Zielgruppenorientiertes Marketing

Das Marketing ist ausgerichtet auf eine ausgewählte Zielgruppe, auf „Menschen mit Sinn für schönes Wohnen“. Achtung: Dies ist kein Partnerkonzept für Durchschnittsmaler. Es konzentriert sich auf individuelle Wohn- und Wandgestaltungen mit dem Fokus auf Privatkunden, aber auch auf repräsentative Hotels, Läden und Büros.

## 3 Digitale Kundenkommunikation

Die Markenkommunikation findet überwiegend in den sozialen Medien statt. Die MW-Accounts auf Facebook, Twitter, Pinterest, Xing, LinkedIn, YouTube, Instagram und der Blog generieren zusammen über 2 Millionen Aufrufe und Einblendungen (Reichweite) im Monat. Mit regelmäßigen Newslettern an über 20.000 Abonnenten und mit Online-Anzeigen (Google Ads) betreibt die MW-Partnerzentrale punktgenaues Direktmarketing. Durch die gezielte Abstimmung aller Maßnahmen erreichen MW-Partnerbetriebe eine große Reichweite und hohe Aufmerksamkeit.

## 4 Effiziente Vertriebstools

Jeder MW-Partnerbetrieb bekommt 20 individualisierte Landingpages und einen Blog mit aktuellen Themenbeiträgen. Jede Landingpage ist ein stiller Vertriebsmitarbeiter mit dem Ziel, über Google & Co. neue Interessenten mit konkreten Gestaltungsanfragen zu generieren. Das 36-seitige Interior Book ist eine hochwertige Imagebroschüre mit stilvollen Design-Ideen, die auf jeden MW-Partnerbetrieb individualisiert und als eigenes Werbemittel genutzt werden kann.

Vertrauen

Fairness

## 5 Exklusive Produktpartnerschaften

MW versteht sich auch als Trendscout für innovative Gestaltungsprodukte. Es werden interessante Partnerschaften mit passenden Herstellern angestrebt, die den MW-Partnern Vorteile in Exklusivität, Preis und Service bieten. Herausragende Beispiele sind die italienischen Designtapeten von Glamora, die exklusive Interiorfarbe Colours 144, Zierprofile von NOËL & MARQUET (nmc), die Unterputz-Flächenheizung von Lofec und andere.

## 6 Starker Einkaufsverbund

MW handelt individuelle Sondervereinbarungen mit bestmöglichen Einkaufskonditionen für die MW-Partnerbetriebe bei den Produktpartnern aus. Diese attraktiven Einkaufsvorteile sind nur aufgrund der Verbund- und Leistungsstärke des Netzwerks realisierbar.

## 7 Aktive Mitarbeitergewinnung

MW entwickelt gemeinsam mit erfahrenen Branchenexperten gezielte Strategien zur Nachwuchs- und Mitarbeitergewinnung. Azubi-Austausch, Talente-Camps und Storytelling sind dabei wichtige Bausteine. Die netzwerkübergreifende Karriereseite heißt **www.malerhelden.net**. Ziel ist es, die Marke Malerische Wohnideen® auch als attraktive Arbeitgebermarke bekannt zu machen.

Offenheit

Loyalität

## 8 Exzellentes Netzwerk

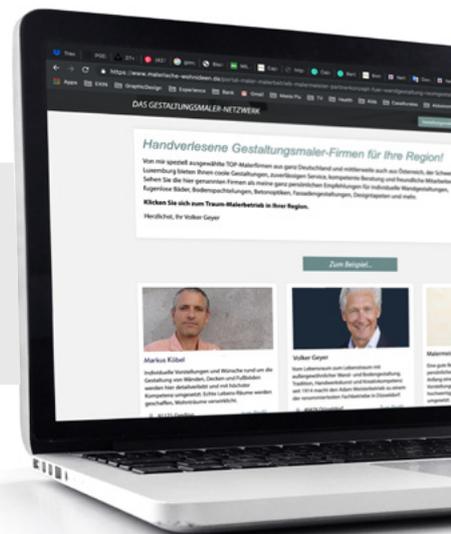
MW legt Wert darauf, dass die MW-Partnerbetriebe nicht nur fachlich, sondern auch menschlich zusammenpassen. Im Mittelpunkt der Wertegemeinschaft stehen ein besonderer Spirit, zukunftsorientierte Denkweisen und gelebter Teamgeist. Diese Haltung ermöglicht den offenen, kollegialen Austausch untereinander, fördert gegenseitige Empfehlungen und sorgt für innovatives Zusammenwirken bei Workshops, Konferenzen und Onlinemeetings.

## 9 Internes MW-Infocenter

Alle Business- und Marketing-Tools des MW-Konzepts, alle wichtigen Neuigkeiten und die Ergebnisse des gemeinsamen Erfahrungsaustausches stehen den MW-Partnerbetrieben in einem digitalen Infocenter zur Verfügung. Ebenso eine Bilddatenbank mit über 1000 ansprechenden Projektfotos und Gestaltungsbeispielen, die jeder MW-Partner für sein eigenes Marketing einsetzen kann. Das MW-Infocenter ist eine stetig wachsende Wissensdatenbank, die jeder MW-Partnerbetrieb für sein Vorankommen nutzen kann.

## 10 Garantierter Gebietsschutz

Jeder MW-Partnerbetrieb genießt exklusiven Gebietsschutz in seinem PLZ-Bereich.



## MW-Führungscrew

Gründer und Initiator des MW-Konzeptes ist Volker Geyer, der das MW-Partnernetzwerk mit Unterstützung der Innendesignerin und Architektin Heike-Maria Bachus leitet. Die Einarbeitung der neuen Partnerbetriebe in das MW-Konzept, die Moderation der regelmäßigen Onlinemeetings, die technische und vertriebliche Unterstützung der MW-Partnerbetriebe und die weitere Verbesserung der betrieblichen Servicekultur erfolgen durch interne und externe Spezialisten und Coaches.

” *Internet und Social Media bieten gerade für Handwerksbetriebe ein noch viel zu wenig genutztes Potenzial für ein äußerst effizientes Marketing. Es ist daher konsequent, ein nachweisbar erfolgreiches Positionierungskonzept wie Malerische Wohnideen zu multiplizieren und ein Wachstum auf breiterer Ebene voranzutreiben. Ein solches Partnerkonzept für Malerbetriebe ist innovativ und entspricht den Anforderungen an eine zeitgemäße Unternehmensführung im Handwerk.* “

*Prof. Dr. Heike Simmet, Marketingexpertin, Hochschule Bremerhaven*

” *Der Handwerksunternehmer Volker Geyer weiß, wovon er spricht. Als Malermeister und Betriebswirt des Handwerks mit Zusatzqualifikation zum strategischen Marketing hat er seinem eigenen Betrieb über viele Jahre zu einer messerscharfen Positionierung verholfen. Mit seiner Differenzierungsstrategie hat sich sein Unternehmen zur Marke im Handwerk und zum Marktführer entwickelt.* “

*Rolf Wohllaib, Marketingleiter Sto Deutschland*

” *Kooperieren anstatt konkurrieren: Volker Geyer hat früh erkannt, dass es sich mehr lohnt, gemeinsam mit anderen ambitionierten Betrieben künftige Märkte, Produkte und Kunden zu entwickeln, anstatt sich ruinöse Preiskämpfe zu liefern.* “

*Olaf Deininger, ehem. Chefredakteur handwerk magazin*

## MW-Partnerprofil

Ein MW-Partner hört seinen Kunden aufmerksam zu, um die Aufgabenstellungen in guter Qualität erfüllen zu können - unabhängig davon, ob es sich um die Gestaltung einer Wand oder eines kompletten Hauses handelt. Ein MW-Partner zeichnet sich durch freundliche, zuverlässige, gut ausgebildete Mitarbeiter und durch hohe Beratungs- und Gestaltungskompetenz im Bereich schönes, stilvolles Wohnen aus. Als Meisterbetrieb ist jedem MW-Partner eine meisterhafte Planung und Ausführung wichtig. Termine sind verbindlich. Eine professionelle, saubere Arbeitsweise ist selbstverständlich. Sobald die Mitarbeiter zum Kunden kommen, sind sie mit bestem Werkzeug und Abdeckmaterialien zum Schutz der Räumlichkeiten ausgestattet. Alle MW-Partner legen Wert auf eine angenehme Kommunikation im Umgang mit Kunden und untereinander.

MW-Partner setzen bei ihren Aufträgen auf hochwertige Materialien und anspruchsvolles Design. Ziel des MW-Partnernetzwerks ist es, über den Tellerrand hinaus zu denken, die Qualität ständig zu verbessern und die Ausbildung des Nachwuchses nachhaltig zu fördern.



Das MW-Partnerkonzept wird empfohlen von Herstellern, Lieferanten, Dienstleistern, Branchenverbänden und Fachmedien im Handwerk.

## MW-PARTNERVORTEILE AUF EINEN BLICK

- Expertenstatus: MW-Partnerbetriebe werden Gestaltungsspezialisten in ihrem Markt
- Imagetransfer durch Zugehörigkeit zu einer erfolgreichen Marke
- Teil eines breit angelegten Empfehlungsnetzwerks
- Zusatzerlöse und Alleinstellung als Stützpunkthändler
- Zugang zu innovativen Materialien mit Einkaufsvorteilen
- Erhöhung der Deckungsbeiträge durch mehr hochpreisige Aufträge
- Interessenten und Projektanfragen durch 20 individuelle Landingpages im Netz
- Effizientes Internetmarketing mit wenig Zeitaufwand, hohen Reichweiten, mehr Bekanntheit
- Zugang zur einzigartigen Wissensdatenbank „MW-Infocenter“
- Erfolgreiche Unternehmensentwicklung durch exzellenten Erfahrungsaustausch
- Reduzierung teurer Ausführungsmängel durch fachlichen Austausch unter Profis
- Teilnahme an Azubi- und Mitarbeitergewinnungskonzept

Die Übersicht aller aktuellen MW-Partnerbetriebe finden Sie unter [www.malerische-wohneideen.net](http://www.malerische-wohneideen.net)

## Positive Erfahrungen der MW-Partner

„Der Anteil hochwertiger Arbeiten mit gutem Deckungsbeitrag hat sich mit unserer MW-Partnerschaft ungefähr vervierfacht, Image und Kundenzusammensetzung haben sich spürbar verändert.“

**Martin Wies**

„Bei MW ist alles ein Kann, nichts ist ein Muss. Jeder Partner bringt sich in die Bereiche ein, die für ihn interessant sind und ihn weiterbringen.“

**Klaus Gropper**

„Der Rückhalt der Gruppe ist gigantisch und die Hilfsbereitschaft untereinander enorm. Die MW-Partner sind mehr als nur Geschäftspartner.“

**Timo Reinhardt**

„Das MW-Partnerkonzept unterstützt uns dabei, unsere Positionierung als gestaltungsorientierter Malerbetrieb zu schärfen.“

**Frank Oswald**

„Mit den bei MW zur Verfügung stehenden Produkten und Materialien hat mein Betrieb absolute Alleinstellungsmerkmale gewonnen. Mittlerweile erzielen wir damit unsere lukrativsten Umsätze.“

**Alexander Burgert**

„Heute stelle ich mir oft die Frage, warum wir nicht schon früher MW-Partner geworden sind?“

**Alain Kutten**

## MW-Leistungsportfolio

- Wandgestaltung im Betonlook
- Fugenlose Bäder
- Fugenlose Bodengestaltungen
- Designtapeten von Glamora
- Marmorputze und Lehmputze
- 100% reine Naturtapete
- Zierprofile von NOËL & MARQUET (nmc)
- LED-Lichtgestaltungen
- Italienische Designverschattungen
- Lofec Unterputz-Flächenheizung
- Tisca textile Architekturböden
- Tapeten für Duschen
- 100% reine Kalkputze
- Mediterrane Wandgestaltungen
- Rostoptiken und Metalloptiken
- Wandmalerei und Wandbemalung
- Farbsystem Colours 144 by nature
- Designwandbelag als Akustiklösung

**Werden Sie die Nr. 1 für Gestaltungen im Kopf Ihrer Zielgruppe!**

**Volker Geyer stellt Ihnen die Inhalte des MW-Konzepts persönlich vor. Fragen Sie am besten gleich nach einem Termin für den nächsten Info-Vortrag.**

Aperto Homestyle Company S. L.  
Scharnhorststr. 3  
D-65195 Wiesbaden

+49 611 987 7081  
info@malerische-wohneen.de

Ansprechpartner:  
**Volker Geyer**  
+49 177 420 9125

