„HIGHLIGHT“-VERLEIHUNG UND 60-JÄHRIGES CLUBJUBILÄUM

Gespannt warten die Finalisten auf die Verkündung des Siegerkonzepts durch Christine Bornkeßel, Präsidentin des Marketing Clubs Bremen

Fiedler zieht MARKETINGPREIS an Land

Aus 22 wurden erst sechs, dann drei und schließlich stand mit Fiedlers Fischmarkt der Gewinner des diesjährigen Marketingpreises „Highlight“ fest. Die Vergabe der Auszeichnung fiel mit dem 60-jährigen Jubiläum des Bremer Marketing Clubs zusammen: Handelskammer-Präses Christoph Weiss gratulierte in gewohnt lockerer Manier.

„Wer fühlt sich einem Innovator gegenüber denn nicht emotional verbunden?“, fragt der Marketing Club Bremen, in Person von Prof. Dr. Christoph Burmann von der Universität Bremen, forsch. Die Frage ist eine streitbare, spielen bei allem Neuerschaffenen doch Sympathie und Sinnhaftigkeit eine nicht zu unterschätzende Rolle. Bei der jährlichen Vergabe des Marketingpreises „Highlight“ sind Neuerungen von entscheidender Wichtigkeit – entscheidend, weil der Innovationsgrad über den Gewinner der Marketingauszeichnung entscheidet. Der Marketing Club prämiert – und beurteilt davor – die aussichtsreichsten Kandidaten, in diesem Jahr bewarben sich 22 Unternehmen mit ihren Konzepten.

Marketingkonzepte, die zwar innovativ sind, aber weder nach Zielgruppe noch Wettbewerbern oder Preisbereitschaft der Kunden fragen, sind gemäß Burmann nicht zielführend und werden beim Wettbewerb um den „Highlight“-Preis nicht berücksichtigt. Wer sich etwas ausrechnen wolle, müsse ein Konzept liefern, das echte Probleme von Nachfragern lösen könne und eine lange Marktpräsenz verspreche. Darüber hinaus wird auch der bisherige Erfolg des Konzepts bewertet.

DREI KONZEPTE IM FINALE

Zum mittlerweile 14. Mal wurde die Auszeichnung im Oktober vergeben. Sechs Konzepte hatten es in die Vorschlussrunde geschafft, von denen drei kurz vor Veranstaltungsbeginn aussortiert wurden. Drei Konzepte wurden schließlich von der Jury, zu der unter anderem Wirtschaftssenator Martin Günthner gehörte, in das Finale um den „Highlight 2014“ berufen. Platz drei erreichte die App „My Opinion“ der Smart Insights GmbH. Sie dient dem Zweck der Marktforschung: Kunden können den Barcode eines Produkts mit ihrem Handy scannen, um dem Hersteller ihre Meinung mitzuteilen. Die App verschafft Verkäufern und Käufern somit eine Möglichkeit des Austauschs.

Um den Humoristen Vicco von Bülow, besser bekannt als Loriot, dreht sich das Konzept des Deutschen Roten Kreuzes Bremen: Weine aus dem hauseigenen Weingut wurden mit Loriot-Motiven verziert. Die Idee zur Sammlung von Spenden fand großen Anklang, denn die Weine waren binnen kurzer Zeit ausverkauft. Der Marketing Club würdigte die PR- und Marketingmaßnahmen des Wohlfahrtsverbandes mit Platz zwei.

BREMERHAVENER SIEGEN

Als Sieger wurde das Marketingkonzept „Fiedlers anno 1906“ von Fiedlers Fischmarkt auserkoren. Die Bremerhavener bieten in der ältesten noch erhaltenen Fischpackhalle ein „5-Sinne-Konzept“ mit audiovisuellen Effekten, Schaufiletierung und den Stil eines Fischmarktes von vor 100 Jahren. Das Unternehmen verspricht einen Erlebniseinkauf in historischem Ambiente und eine traditionelle Fisch-Zubereitung. Frederick Fiedler ist Prokurist im Unternehmen und bedankte sich für die „Highlight“-Trophäe: „Sie bedeutet viel für uns. Das ist eine tolle Auszeichnung für das Unternehmen.“ Die drei Finalisten erhielten Medialeistungen im Gesamtwert von 35.000 Euro, gestiftet von der Ströer Media AG und der Telekom Deutschland GmbH, Out-of-Home Media.

Vor der Preisverleihung sprach Handelskammer-Präses Christoph Weiss, der seinen Marketingkenntnissen nicht uneingeschränkt traut. Deshalb fragte er in die Runde: „Marketing hatte ich irgendwann mal im Studium, aber ob ich tatsächlich hierhin gehöre? Ich bin auf jeden Fall hier.“ In seinem Impulsvortrag zum Bremer Leitsatz „Buten un binnen – wagen und winnen“ zählte er erwartungsgemäß Bremens wirtschaftliche Vorzüge auf: „Die bremische Industrie ist mit einer Exportquote von 55,1 Prozent im Jahr 2013 an der Spitze aller Bundesländer. Das Land Bremen ist Europas größter Umschlagplatz für Fahrzeuge: 2,2 Millionen Automobile gehen jährlich von den Häfen in Bremen und Bremerhaven in alle Welt. Außerdem ist Bremen als zehntgrößte deutsche Stadt zum fünftgrößten Industriestandort Deutschlands aufgestiegen.“

DAS WICHTIGE JAHR 1954

Er schloss diesen Part, in Anlehnung an die Überschrift seines Impulsvortrags, mit den Worten: „Geht raus in die Welt und unternehmt etwas – auch wenn es gegen Widerstände geht. Denn nur wer Mut hat und etwas wagt, der kann auch gewinnen!“

Neben der Verleihung des Marketingpreises stand der runde Geburtstag des Marketing Clubs im Fokus: Launig brachte Weiss das Geburtsjahr des Clubs vor 60 Jahren ins Spiel und zählte gleich mehrere Höhepunkte des Jahres 1954 auf: „Es war ein wichtiges Jahr: Der deutsche Traumwagen Borgward Isabella kam auf den Markt. Bundeskanzlerin Angela Merkel wurde geboren. Es ist allerdings auch der Jahrgang von Dieter Bohlen, doch dafür kann der Marketing Club nichts. Kurzum: herzlichen Glückwunsch zum 60. Geburtstag, lieber Marketing Club!“

Dem Jubilar bescheinigte Weiss, ein zentraler Markenbotschafter der Stadt zu sein, und wünschte sich zugleich: „Ich hoffe, dass der Marketing Club weiterhin Marketingtrends für Bremer Unternehmen prägen wird.“

Über 200 Gäste aus Politik und Wirtschaft nahmen an der Veranstaltung im Bremer Flughafen teil. Christine Bornkeßel, Präsidentin des Marketing Clubs Bremen befand: „Strahlende Gewinner im Wettbewerb um das Highlight 2014 – unabhängig von der jeweiligen Platzierung. Zufriedene und ausgelassene Gäste, die bis spät in den Abend die Chance zum Netzwerken nutzten. Aus meiner persönlichen Sicht erlebte der Marketing Club Bremen und Bremerhaven eine rundum ‚runde‘ Geburtstagsfeier. Wir freuen uns schon heute auf das Highlight 2015.“

In der Bremenhalle des City Airport Bremen wurde gefeiert und prämiert

Christine Bornkeßel eröffnete die Veranstaltung

Handelskammer-Präses Christoph Weiss sieht Bremen als „Hidden Champion“ der Wirtschaftsstandorte

Frederick Fiedler, Prokurist bei Fiedlers Fischmarkt, nimmt die „Highlight“-Trophäe von Christine Bornkeßel entgegen