



Die Preisträger: René Wynands, Silke Löhmann von „Oktober“ (Kreativ-Award), Bettina Eickhoff (Ehrenpreis), Hugo und Jürgen Fiege von der Privatbrauerei Moritz Fiege (Marketing-Award). Im Hintergrund die Laudatoren.

4. BOCHUMER MARKETING-AWARD

Im Dezember wurden zum vierten Mal der Bochumer Marketing-Award und der Marketing-Ehrenpreis verliehen. Erstmals erfolgte auch die Vergabe eines Kreativ-Awards an ein Kommunikationsunternehmen.

„AUS BOCHUM UND AUS LIEBE“

► Am 9. Dezember verbanden sich in der eleganten Eingangshalle des Bochumer Stadtwerke-Hauses die vorweihnachtliche Gemütlichkeit mit dem Glamour der Oscar-Verleihung zu einem ganz besonderen Event. Gut 300 Gäste aus Wirtschaft, Kultur und Politik der Stadt hatten sich auf Einladung des Marketing-Clubs Bochum eingefunden, um der Vergabe des Marketing-Awards beizuwohnen – einer Veranstaltung, die Patrick Zimmermann als Vertreter des Vorjahres-Preisträgers Zimbo in einer launigen Ansprache ohne Umschweife in eine Reihe mit der Bambi- oder ILiveKrone-Verleihung stellte, nur halt für die Stadt Bochum.

Und in der Tat hat sich der Award seit seiner ersten Vergabe zu einem wichtigen imagebildenden Instrument für die Stadt entwickelt, denn schließlich werden mit dieser Auszeichnung Organisationen oder Personen gewürdigt, die sich durch herausragende Marketing-Leistungen im Markt hervorheben und gleichzeitig das mittlere Ruhrgebiet durch ihre Verwurzelung in der Region stärken.

SPANNUNG Diesmal hatte es der Marketing-Club besonders spannend gemacht, weil er die Preisträger nicht bereits im Vorfeld der Veranstaltung bekannt gegeben hatte. Selbst die Journalisten, die in einer Pressekonferenz kurz vor dem offiziellen Beginn der Veranstaltung bereits die Preisträger präsentiert bekamen, wurden gebeten, nicht schon beim Small-Talk am kalten Buffet die Namen zu verraten.

So konnte dann, als sich die Gäste an

italienischen Antipasti, Fleisch- und Nudelgerichten gestärkt hatten, die Moderatorin Hella Sinnhuber in die Rolle des Christkinds schlüpfen. Charmant holte sie sich für die eigentliche Bescherung jeweils mehrere Laudatoren auf die Bühne, die die Vorzüge der Preisträger mit der angemessenen Warmherzigkeit würdigten.

KREATIV-AWARD Für den erstmalig vergebenen Kreativ-Award waren das Marketing-Club-Präsident Martin Poettgen (MP&P GmbH) und sein Vize Carsten Köchel (Comkom Medienintegration GmbH), die Silke Löhmann und René Wynands von der Oktober Kommunikationsdesign GmbH als Preisträger beglückwünschen konnten. Die beiden bekamen den Award für die Kampagne *Klingt nach Bochum*, mit der auf überzeugende Art prominente Bochumer und Bochumerinnen um Spenden für den Bau der Bochumer Symphonie werben. Die Preisvergabe wurde eindrucksvoll illustriert, als von der obersten Etage des Stadtwerke-Hauses ein überdimensionales Kampagnen-Plakat in die Eingangshalle herabgelassen wurde, auf dem der Schauspieler Peter Lohmeyer der guten Sache sein Ohr leiht.

EHRENPREIS Den Ehrenpreis bekam die Kunstsammlerin und Mäzenin Bettina Eickhoff zugesprochen. Viel Mühe hatten Bochums OB Dr. Ottilie Scholz, Schauspielhaus-Intendant Elmar Goerden und Museums-Direktor Hans Günter Golinski nicht, als Laudatoren das vielseitige bürgerschaftliche Engagement der Preisträge-

rin zu würdigen, taten es aber mit großer Hingabe.

Als die Moderatorin schließlich Frau Eickhoff bat, selbst auch ein paar Worte zu sagen, meinte sie nur kurz „Nö“ und ließ einen amüsanten Film des Bochumer Filmemachers Christoph Böll starten, der sie bei einer Autofahrt durch ihre Heimatstadt zeigte, während der sie ihre vielfältigen Aktivitäten von der Betreuung des Museums Situation Kunst bis zum Einsatz für den Paritätischen Wohlfahrtsverband erklärte.

MARKETING-AWARD Der eigentliche Marketing-Award ging schließlich an die Privatbrauerei Moritz Fiege. Stadtwerke-Chef Bernd Wilmert, Gerhard Ranz, Leiter des Investment- und Finanzcenters der Deutschen Bank Bochum, und Rechtsanwalt Christof Wieschemann kündigten die Brüder Jürgen und Hugo Fiege an, die die Ehrenbezeugungen ihrer Laudatoren jedoch sofort toppten.

Die Bier-Sommeliers ließen sich erst einmal ein Fiege-Pils bringen, um auf ihre Auszeichnung anzustoßen. Und zwar mit gutem Grund: „Als traditionsreiches Bochumer Unternehmen behauptet sich die Privatbrauerei Moritz Fiege im Wettbewerb nachhaltig gegenüber globalen Big-Playern“, heißt es in der Begründung für den Award. Und das gelinge durch die Umsetzung einer Marketing-Philosophie, die in dem Slogan *Aus Bochum und aus Liebe* ihren Ausdruck findet. ◀

Peter Krauskopf