

Ulmer Marketingpreis 2019

Frauenpower in der Werbung

„Wer auf andere Leute wirken will, muss erstmal in ihrer Sprache mit ihnen reden.“ Dieses Zitat von Kurt Tucholsky zeigt, was die Preisträger des siebten Ulmer Marketingpreises von ihrer Konkurrenz abhob. Weitere Besonderheiten: Es gab einige neue Gesichter in der Jury und eine hohe Frauenquote auf dem Siegetreppchen.

Am 16. Oktober war jeder Platz im Studio der Sparkasse Ulm Neue Mitte besetzt. „Die Idee, Ideen zu prämiieren“, stieß auf reges Interesse. Wer ist die Ulmer Marketingpersönlichkeit 2019? Wer erhält den Special Award und wer den Hauptpreis? Frischen Wind in die Werbung brachten gleich vier neue Jury-Mitglieder. Die neue Leitung übernahm Wilke Hammer-schmidt, Professor für PR und Marketing-kommunikation an der Hochschule Neu-Ulm. Mit Thomas Scheer von rrooarr interactive solution, Oliver Fischer von der Werbeagentur Attacke und Kerstin Glanzer von Beurer stießen weitere Werbeprofis hinzu.

Bernd Radtke, Präsident des Marketingclub Ulm/Neu-Ulm und selbst lang-jähriges Jurymitglied, betonte die gute Zusammenarbeit im Team. In einem spannenden Countdown präsentierte er die Ulmer Marketingpersönlichkeit 2019. Heiteres Rätselraten war angesagt, als sich Radtke über 10 Hinweise an den

Preisträger annäherte. Schnell wurde klar – es handelt sich um einen großen Namen. Um eine von drei Ulmer Persönlichkeiten, die bislang mit dem Verdienstorden des Landes Baden-Württemberg ausgezeichnet wurden.

Dann die Überraschung: ER ist eine SIE! Mit Ulrike Freund, Chefin der Gold Ochsen Brauerei, reihte sich die erste Frau in die Riege der prämierten Ulmer Marketingpersönlichkeiten ein. Begründung der Jury: Als zweitältestes Ulmer Unternehmen mit einer über 420-jährigen Tradition konnte sich die Brauerei durch ständige Innovationen wie dem Kultbier OXX gegen die Konkurrenz der Großunternehmen behaupten. So betonte Ulrike Freund in ihrer Dankesrede selbstbewusst: „Wir haben es allen gezeigt!“ Neuster Clou der Brauerei ist das Ulmer Hell, das wenige Tage zuvor mit dem Bestselleraward des Branchenmagazins „RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel“ ausgezeichnet wurde.

Der Special Award zeichnet herausragende Marketing-Einzelmaßnahmen aus. Präsentiert wurde er von der zweiten Powerfrau des Abends, Kerstin Glanzer, Marketingdirektorin der Firma Beurer. Drei Finalisten kämpften um die begehrte Trophäe. Zum einen das Hospiz Ulm mit seiner Kampagne „Ehrenrunde“, das durch doppeldeutige Motive wie „Händchenhalter“ Menschen für ehrenamtliche Tätigkeiten gewinnen möchte. Zum anderen die Tempus GmbH aus Giengen an der Brenz, die mit „DOPK“ Deutschlands Online Personal-Kongress ins Leben gerufen hat. Letzter im Bunde war „ulm. komm rein.“, ein Gemeinschaftsprojekt von SWU, Stadt Ulm sowie dem Ulmer City Marketing. Hintergrund: Es sollen trotz der angespannten Baustellensituation wieder mehr Besucher in die Innenstadt gelockt werden. Die Kampagne weist einerseits auf den kostenlosen Nahverkehr an Samstagen hin, hebt andererseits Ulm als attraktive Einkaufsstadt hervor.



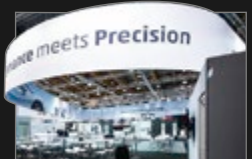
Fotos: Marc Hörger

Dieser Ansatz überzeugte. „Ulm. komm rein.“ habe es teils durch Dialekt auf sehr sympathische und teils auch provokante Weise verstanden, die Sprache der Zielgruppe zu sprechen. „Eine tolle Mischung aus Ehrlichkeit und Originalität“, so Kerstin Glanzer. Der ehemalige City-Manager Henning Krone verwies auf herausragende Events, die der Kampagne zusätzlich Emotionalität verleihen, wie den 1. Ulmer City Jump. Über den Stabhochsprung-Wettbewerb am Münsterplatz wurde überregional im Fernsehen, zum Beispiel in der ARD Sportschau, berichtet.

„Empowering Success“ gewinnt Hauptpreis

Den Hauptpreis des Abends präsentierte der Jury-Vorsitzende Prof. Hammerschmidt. Die Firma Wieland, Spezialist für Kupfer und Kupferlegierungen, feiert 2020 sein 200-jähriges Bestehen. Für die sichtlich bewegte Vizepräsidentin für Marketing und Kommunikation, Christine Schossig, gab es schon 2019 einen Grund zum Feiern. „Marketing ist wie Fahrradfahren. Wenn man stehenbleibt, fällt man um“, so Hammerschmidt. Wieland habe kontinuierlich in die Marke investiert und sie den veränderten Rahmenbedingungen angepasst. Der Markenauftritt drücke Verlässlichkeit und Klarheit aus, wie durch den neuen Slogan „Empowering Success“. Durch das neue Markendach, das die über 60 Marken des internationalen Netzwerkes bündelt, werde ersichtlich, wo überall Wieland enthalten ist. „Wir glauben an die Menschen und wir glauben an den Werkstoff Kupfer, ohne den in der Digitalisierung und Mobilität nichts mehr geht“, so Schossig, die als weitere Powerfrau auf der Bühne triumphierte.

Beim anschließenden Get Together wurden Glückwünsche und Ideen ausgetauscht. Zur Verkostung stand auch das frisch prämierte Ulmer Hell bereit. Zwei der bisherigen Ulmer Marketingpreis-Gewinner konnten übrigens auch bundesweit einen Sieg davontragen. Es bleibt also spannend. In Sachen Frauenquote kann sich Ulm bereits sehen lassen. Ulm ist eben nicht nur eine Stadt, die zum Reinkommen einlädt. Sondern eine Stadt, die mit der Zeit geht. dwi ■



- └ LED Leuchtbilder
- └ Textile Großbilddrucke
- └ Textilspannrahmen
- └ 5m Druckbreite nahtlos
- └ UV Plattendirektdruck
- └ CNC Konturfräsen
- └ Display Systeme
- └ XXL Werbepanellen
- └ Baustellenwerbung
- └ Fahnenproduktion

 facebook Iraci

Iraci visuelle Medien GmbH

Pfaffenweg 36 | 89231 Neu-Ulm
info@iraci.de | 0731/985 92-0