


Foto: TEMA AG

# EIN OSCAR FÜR DIE WERBUNG

*Der Marketingclub Aachen lobt einen brandneuen Branchenpreis aus*

**G**epflegte Kleidung, ein offenes Lächeln, ein freundliches „Guten Morgen“: Jeder erfolgreiche Mensch macht ständig und überall Werbung – für sich selbst. „Marketing ist kein Thema, das nur Wenige angeht“, betont Dr. Günter Bleimann-Gather. Er muss es wissen, schließlich gründete er bereits 1994 die TEMA Technologie Marketing AG und ist seit 2012 Präsident des Marketing Clubs Aachen. Ziel des Vereins: „Wir wollen das Bewusstsein für das Thema Marketing stärken.“ Dazu gehört, dass der Kreis sich weiter öffnet. „Das Image eines elitären Herrenclubs haben wir abgelegt.“ Die Resonanz ist positiv, wie sich an der stetig wachsenden Mitgliederzahl – derzeit 280 – und am Themenmix ablesen lässt. Große Namen und interessante Nischen, Senkrechtstarter und Nachwuchs mit Potenzial: Vielfältige Veranstaltungen führen nicht nur Insider zusammen, sondern laden auch Gäste ein.

Jetzt setzt der Club noch eins drauf, lobt einen Marketingpreis aus. „Die Branche braucht Gesichter und konkrete Kommunikationspunkte“, erläutert Bleimann-Gather. „Viele gute Strategien, Produkte, Dienstleistungen, Projekte, Kampagnen aus der Region kennt nur ein spezieller Personenkreis.“ Das soll sich ändern. „Der Bereich muss seine Stärke demonstrieren“, fordert der Chef der internationalen Marketingfirma. Kreative Leistungen – ein Beispiel seien die *Kurpark Classix* – macht die Preisverleihung am Dienstag, 5. November, im Krönungssaal sichtbar. Es geht aber auch um Standortmarketing. „Wenn die Region die Werbetrommel für sich rührt, wirkt sich das positiv auf die Wirtschaft aus“, weiß der Physiker und promovierte Mathematiker. Noch bis 30. September sind Bewerbungen möglich. Mitmachen kann jeder: „Man muss kein Jahrhundert-Konzept entwickelt haben“, lädt Günter Bleimann-Gather ein. Eine zwölfköpfige Jury bewertet die Einsendungen entsprechend einfach: mit Schulnoten von eins bis sechs. Rund 30 Teilnehmer sollen es zur Premiere 2013 sein – und beste Werbung für sich und für Aachen machen!

*Informationen zum Wettbewerb gibt es unter [www.marketingclub-aachen.de](http://www.marketingclub-aachen.de). Hier findet sich auch eine Veranstaltungsübersicht. Nächster öffentlicher Termin: 17. September auf Burg Vogelsang!*

**Was ist (oder war) aus Ihrer Sicht die beste Marketingaktion für und in Aachen?**

Die Campus-Initiative der RWTH Aachen, verbunden mit dem Titel Exzellenz-Universität.

**Und was ist (oder war) der größte Marketingflop?**

Das Trauerspiel um den Fußball...

**Was hat Aachen, was Ihnen keine andere Stadt bieten kann?**

Wissenschaftler aus aller Welt und fast allen Disziplinen, ein welt-offenes Klima, die Lage im Dreiländereck.

**Und welcher Lieblingsort hier ist für Sie der werbewirksamste?**

Der Krönungssaal des Rathauses.

**Was würden Sie im städtischen Marketing gerne mehr in den Fokus rücken?**

Innovative Unternehmen, die die Ideen und Visionen aus den Hochschulen auf die Füße stellen, und auch die Hochschulen mit ihren Instituten, die weltweit in der ersten Liga spielen.

**Wo sehen Sie...**

**...die Stadt Aachen in zehn Jahren?**

Wirtschaftlich prosperierend, technologisch spitze, kulturell überraschend, verkehrstechnisch gut angebunden und als Zentrum einer Euregio, die sich über Grenzen und Sprachbarrieren hinweg zu einer wirtschaftlich und kulturell starken Region entwickelt hat.

**... das Stadtmarketing?**

Mit einer klaren Linie auf Augenhöhe mit größeren deutschen Städten und mit einem ausgeprägt europäischen Profil.

**...und sich selbst?**

Als Chef eines weiter wachsenden und prosperierenden Marketing-Unternehmens.