Stadtwerke holen Marketing-Trophäe

Auszeichnung zum 15. Mal verliehen – Sonderpreise gehen an Adyton Systems AG und Retol GmbH

Der Leipziger Marketingpreis 2013 geht an die Stadtwerke. Thomas Prauße, Vorsitzender der Geschäftsführung, nahm die Auszeichnung gestern Abend im Congress Center Leipzig vor mehr als 200 Gästen entgegen. Georg Donat, Präsident des Marketing-Clubs Leipzig, überreichte den „Schlüssel zum Erfolg", eine Trophäe aus Meißener Porzellan. Der Preis wurde zum 15. Mal vergeben.

Manfred Kirchgeorg gilt in Fachkreisen als Marketing-Guru. Der Wirtschaftsprofessor von der Handelshochschule Leipzig stand einer neunköpfigen Jury vor, die allerdings ganz bewusst nicht nur aus Experten bestand. So war unter anderem Kabarettist Thorsten Wolf daran beteiligt, den Preisträger aus mehr als 20 Bewerbungen zu ermitteln.

Am Ende überzeugten die Stadtwerke, weil sie in einem sich radikal ändernden Markt mit rund 120 Mitbewerbern ihre Marke erfolgreich neu positioniert hätten, so Kirchgeorg. Das Unternehmen habe innerhalb von 18 Monaten seine Marke neu definiert und deutlich gestärkt. Eine beachtliche Leistung, denn „eine Marke aufzubauen ist äußerst schwer und langwierig", erinnerte sich Sachsens Wirtschaftsminister Sven Morlock (FDP), Schirmherr der Preisverleihung, an sein Marketing-Studium in Mannheim vor mehr als 25 Jahren.

Die Zufriedenheit mit den Stadtwerken habe sich von 69 auf 78 Prozent erhöht, so Kirchgeorg. Das Unternehmen rücke mit seinem jetzigen Marketing-Konzept unter anderem die Verwurzelung in der Region in den Vordergrund und würde so emotionale Bindung schaffen.

„Es ist wohltuend, so lobende Worte zu hören", sagte Thomas Prauße und dankte den Mitarbeitern. Früher sei das Unternehmensbild verwaschen gewesen. Nun sei der Markenkern klar: „Lebensenergie aus Leipzig – für Leipzig".

Jury-Vorsitzender Manfred Kirchgeorg und Club-Präsident Georg Donat übergeben Stadtwerke-Chef Thomas Prauße den Marketingpreis 2013 (von links). Foto: Wolfgang Zeyen

Der „Sparkassen-Sonderpreis Neue Medien 2013" ging an die Adyton Systems AG. Das 2011 gegründete Unternehmen (40 Mitarbeiter) bietet Produkte für mehr Datensicherheit in Netzwerken und bekam die Auszeichnung für den vorbildlichen Einsatz sozialer Netzwerke im Marketing – zum Beispiel mit Youtube oder Twitter. Nebenbei überzeuge Adyton mit Gestaltungsfreiheit durch flache Hierarchien und gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf, lobte Andreas Koch, Vorstand der Sparkasse Leipzig.

Den Anerkennungspreis begründete Ulf Middelberg, Jury-Mitglied und Chef der Leipziger Verkehrsbetriebe. Das Konzept des Leipziger Parkett-Service-Unternehmenens Retol sei Marketing wie aus dem Lehrbuch in perfekter Umsetzung. Das Unternehmen mit knapp 40 Mitarbeitern (gegründet 2006) habe damit seinen Umsatz-Anteil über den Online-Vertrieb um 25 Prozent steigern können.

Björn Meine