



Großes Finale der neunten Marketinggala am Samstagabend in der Oberrheinhalle: Die Gewinner der sechs Preise – darunter ein Ehren- und ein Sonderpreis – ließen sich von den zahlreichen Gästen feiern.

Sechs ausgezeichnete Marketing-Ideen

Der Marketing-Club Ortenau/Offenburg vergibt zum neunten Mal Marketingpreise an erfolgreiche Ortenauer Unternehmer. Erstmals wurde ein Sonderpreis verliehen – an den Turnverein Gengenbach.

VON WOLFGANG KOLLMER (TEXT) UND CHRISTOPH BREITHAUPT (FOTOS)

Offenburg. In einem Punkt hat sich der mittlerweile neunte Gala-Abend zur Verleihung des Ortenauer Marketingpreises von seinen Vorgängern unterschieden: Er fand – eine coronataktische Maßnahme, wenn man so will – zwei Monate früher statt. Ansonsten business as usual, also alles so wie gewohnt: ein volles Haus, gehaltvoller Rahmen, strahlende Sieger, viele Emotionen. Als Gewinner gefeiert wurden die Unternehmen Schwarzwald Würze aus Offenburg, Dalim Software aus Kehl, Hodapp aus Achern und Vega Grieshaber aus Schiltach. Der Ehrenpreis ging diesmal an den Ortenauer Kinder- und Jugendhospizdienst, ein erstmals verliehener Sonderpreis an den Turnverein Gengenbach.

Dass die Gala zur Verleihung des Ortenauer Marketingpreises mittlerweile selbst zu einer Marketingplattform für den Marketing-Club Ortenau/Offenburg als Veranstalter geworden ist, zeigte sich am Samstagabend in der Offenbur-

ger Oberrheinhalle. Der Abend mit Menü, Musik, Akrobatik und einem bekannt unterhaltenden Funkhauschef Markus Knoll als Moderator war einmal mehr ein gesellschaftliches Ereignis am Wirtschaftsstandort Ortenau, zu dem Clubpräsident Duschan Gert begrüßte.

Traditioneller Auftakt des Prämierungs-Reigens ist die Vergabe des Ehrenpreises für nachhaltiges Marketing für so-

ziales, kulturelles und bürgerschaftliches Engagement, der in diesem Jahr an Helena Gareis, Geschäftsführerin des Kinder- und Jugendhospizdienstes, ging. Landrat Frank Scherer lobte in seiner Laudatio die Aufbauarbeit der „Powerfrau“, die mit ihrem fast 40-köpfigen Team in den vergangenen zehn Jahren über 1000 trauernden Familien Mut gemacht und Hoffnung gegeben habe. Mit beeindruckend wahr-

haften und sinntragenden Dankesworten hinterließ Helena Gareis einen nachhaltigen Eindruck in der Halle.

Die Aufteilung der Preise in vier Kategorien, die sich nach der Zahl der Beschäftigten der Unternehmen richten, behielt der Marketing-Club auch in diesem Jahr bei. Zuvor hatte der Club unter den 17 Bewerbungen die zwölf besten nominiert.

Vergangenes Jahr war das 2018 in Offenburg gegründete Unternehmen Schwarzwald Würze in der Kategorie „Kleinunternehmen“ bis zehn Mitarbeiter noch leer ausgegangen, diesmal holte sich der Onlinehändler den Preis mit einer pfiffigen und authentischen Nachhaltigkeitskampagne namens „Z’schad“, mit der Lebensmittel vor der Mülltonne gerettet werden und dabei auch neue Kunden gewonnen werden konnten.

Die Kehler Dalim Software GmbH setzte sich in der Kategorie „Kleine mittelständische Unternehmen“ durch, und zwar mit einem neuartigen Hybridkonzept für ihr jährliches Kundenevent. Laut Jury – übrigens durchweg mit externen

Fachleuten besetzt – habe Dalim „das Beste aus beiden Welten“ verbunden, bemerkenswert sei auch, dass auf diese Weise hochkarätige Redner aus der ganzen Welt gewonnen werden konnten.

Etwas ganz Pfiffiges hatte sich das Metallbauunternehmen Hodapp aus Achern einfallen lassen: einen Recruitingfilm namens „Jagdfieber“, der augenzwinkernd und sehr unterhaltsam das Thema „Frauen in Männerberufen“ thematisierte.

Und bei den „Großunternehmen“ hatte ein alter Bekannter erneut die Nase vorn: Vega Grieshaber aus Schiltach war mittlerweile zum dritten Mal erfolgreich. Jetzt überzeugte die Firma mit einem kreativen Marketingkonzept für einen Füllstandsensoren.

Weil die Bewerbung laut Jury „anders als alle anderen“ war, verlieh der Marketing-Club erstmals in diesem Jahr einen Sonderpreis. Diesen erhielt der Turnverein Gengenbach für die kreative Umsetzung der „Gymwelt“-Kampagne. Ausgezeichnet wurde damit auch das große ehrenamtliche Engagement.



Spannung herrschte an den Tischen in der Oberrheinhalle, bevor die Marketing-Sieger verkündet wurden.

INFO

Die Gewinner und die Nominierten

17 Bewerbungen für die Marketingpreise waren in diesem Jahr eingegangen, diese zwölf wurden nominiert, vier von ihnen holten sich in der jeweiligen Kategorie die Trophäen (kursiv gedruckt):

Kategorie „Kleinunternehmen“ mit weniger als zehn Mitarbeitern: *Schwarzwald Würze (Z’schad – zu schade für die Tonne!)*, *Fahrschule Impetus (Marktpositionierung, Branding und Geschäftsgründung, Einführungskommunikation)*, *Turnverein 1899 Gengenbach (Die Gymwelt – Kampagne im Turnverein Gengenbach)*.

Kategorie „Kleine mittelständische Unternehmen“, bis zu 50 Mitarbeiter: *Dalim Software GmbH (Eventkampagne)*, *Tietge GmbH (Projekt #heimatwald)*, *Interkast Großverbraucher-Service Handelsgesellschaft mbH (Chef Taste – Die Stimme für die Gastronomie, Hotellerie & Gemeinschaftsverpflegung)*.

Kategorie „Mittelständische Unternehmen“, 51 bis 500 Mitarbeiter: *Hodapp GmbH & Co. KG (Jagdfieber, Recruitingfilm)*, *Elektro Birk (Pionier für Elektromobilität und nachhaltige Energiekonzepte in der Ortenau. Über 20 Jahre. Voller Ideen, Sparkasse Hanauerland (Ein Team. Ein Ziel!))*.

Kategorie „Großunternehmen“, mehr als 500 Mitarbeiter: *Vega Grieshaber KG (Produkt-Kampagne: THE 6X® - Der neue Radar-Füllstandsensoren)*, *Europa-Park GmbH & Co. Mack KG (Recruiting Kampagne 2022)*, *Volksbank eG – Die Gestalterbank („Expedition Leitbild“)*.



Clubpräsident Duschan Gert.