



Die große Resonanz bei der Premierenveranstaltung wertet der Marketing Club Aachen wohl zurecht als Bestätigung für die Idee einer Preisverleihung. 450 Marketingexperten waren in den Aachener Krönungssaal gekommen. Fotos: Andreas Steindl

Äußerst bewegt, aber auf die positive Art und Weise

Der Marketing Club Aachen hat vor großer Kulisse erstmals die besten Ideen aus Aachen ausgezeichnet

VON GUIDO JANSEN

Aachen. Die Rede von Fritz Pleitgen war ein lauter Paukenschlag, der ehemalige WDR-Intendant erhielt von den 450 Gästen bei der ersten Verleihung des Aachener Marketingpreises eine Menge Beifall. Pleitgen rüttelte bei der Premierenveranstaltung des Aachener Marketing-Clubs im Krönungssaal an den Grundfesten der alteingesessenen Aachener Fernsehtermine „Orden wider den tierischen Ernst“ und Karlspreis. Ein Abend voller Überraschungen, könnte man sagen.

Drei Männer waren nicht nur überrascht, sondern sogar bewegt, allerdings auf positive Weise. Thomas Crolla und Martin Lowis von der Agentur Crolla Lowis PG hatten nicht damit gerechnet, für die beste im Kammerbezirk Aachen entstandene Marketingidee ausgezeichnet zu werden. Und deswegen sah es etwas unsicher aus, als sie sich mit den Händen abklatschten, nachdem ihre

Namen gefallen waren. Und Christian Mourad von CreatEvent legte die Hände zu einem Dreieck geformt vor sein Gesicht und schüttelte sich kurz, als sein Namen fiel. Mourad ist der Gewinner des Preises für das beste Aachener Standortmarketing. „Ich bin echt baff“, sagte Mourad, Veranstalter der Klassik-Konzert-Serie Kurpark Classix. „Ich habe mich auf den letzten Drücker beworben. Und die Konkur-

renz war stark. Im Moment fühlt sich das an wie ein Ritterschlag.“

Auch Thomas Crolla und Martin Lowis schüttelten noch ungläubig die Köpfe, als sie von Moderator Bernd Büttgens, dem stellvertretenden Chefredakteur unserer Zeitung, zum Siegerinterview gebeten wurden. „Dieser Preis ist eine Bestätigung für unsere Kreativität“, sagte Crolla. Die Agentur hatte dem Aachener Internet-Fahrradhändler Bike-Components ein neues virtuelles Gesicht gegeben.

57 Marketing-Ideen hatte die Jury vorliegen. Viele von hoher Qualität, wie Gün-

ter Bleimann-Gather betonte, Präsident des Marketing Club Aachen. „Wir waren überwältigt von der Vielfalt und der Vielzahl der Bewerbungen“, sagte er und merkte an, dass eine Fortsetzung des Marketingpreises geplant sei.

Platz zwei in der Kategorie Marketingideen aus Aachen ging an die Agentur Caution!, Rang drei an die Messebauagentur Braunwagner. In der Kategorie Standortmarketing für Aachen gingen die Plätze zwei und drei an die Agit und die Wohnraumkampagne „Extraraum“ der FH Aachen.



Strahlende Sieger: (v.l.) Christian Mourad von „CreatEvent“ und Thomas Crolla und Martin Lowis von der Agentur Crolla Lowis PG sind mit dem Aachener Marketingpreis ausgezeichnet worden.

Lesen Sie die Festrede von Fritz Pleitgen in Auszügen auf ▶ Seite 11