



DEUTSCHER MARKETING-VERBAND e.V.

PRESSE-INFORMATION

Düsseldorf, den 07.04.2009



Deutscher Marketing-Preis 2009 – die Ausschreibung läuft

Marketing-Champion gesucht

„Unternehmen müssen jetzt gegenhalten und ihre ganze Marketing-Expertise ausspielen, damit sie in der Krise gewinnen oder gestärkt aus ihr hervorgehen“, erklärt Bernd M. Michael, Präsident des Deutschen Marketing-Verbandes, anlässlich der Ausschreibung des Deutschen Marketing-Preises 2009, der höchsten Auszeichnung, die im deutschen Marketing zu gewinnen ist.

Gesucht wird der Marketing-Champion des Jahres 2009, dessen unternehmerische Gesamtleistung ihn in eine Reihe mit den großen Namen der Preisträger vergangener Jahre treten lässt: Beiersdorf, Henkel, Würth, Obi, Porsche, Tchibo, Hugo Boss, Bosch Power Tools und im letzten Jahr Lufthansa. Die ausgeprägt marktorientierte Haltung dieser Unternehmen habe es vielen von ihnen ermöglicht, über lange Jahre und diverse Krisen hinweg für Wachstum, steigende Marktanteile und wirtschaftlichen Erfolg zu sorgen, so Michael. „Vorbildliche Erfolgsgeschichten sind jetzt gefragt, um andere Unternehmen zu inspirieren und eine Aufbruchstimmung zu erzeugen.“

Die Bewerbungsfrist für den Deutschen Marketing-Preis läuft bis zum 29. Mai 2009. Mit diesem renommierten Ehrenpreis prämiert der Deutsche Marketing-Verband ein Unternehmen aus Industrie, Handel oder Dienstleistung, das mit einer herausragenden Marketingleistung nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg erreicht hat. Die Verleihung findet im Rahmen des Deutschen Marketing-Tages in Berlin statt. Der Preisträger nutzt diese Plattform, um seine ausgezeichnete Marketingleistung öffentlichkeitswirksam vorzustellen und sich seinen Kunden, seinen Mitarbeitern und seinen Marktpartnern als erfolgreiches marktorientiertes Unternehmen zu präsentieren.

Ermittelt wird der Preisträger durch eine prominent besetzte Jury. Über den Deutschen Marketing-Preis 2009 entscheiden unter dem Vorsitz von DMV-Präsident Bernd M. Michael die Jurymitglieder Dr. Bernd Buchholz (Gruner + Jahr), Dr. Henning Kreke (Douglas), Dr. Tonio Kröger (DDB), der Verleger und Publizist Dr. Florian Langenscheidt, Dr. Antonella Mei-Pochtler (Boston Consulting), Karl Georg Musiol

(Musiol Munzinger Sasserath), Reinhard Pranke (Deutsche Post AG), die Medienunternehmerin Christiane zu Salm, Prof. Dr. Henrik Sattler (Universität Hamburg), Philipp Schindler (Google), Dr. Hubertine Underberg-Ruder, Prof. Dr. Franziska Völckner (Universität zu Köln) und der Chefredakteur der absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing, Christoph Berdi. Die absatzwirtschaft begleitet den Deutschen Marketing-Tag und den Deutschen Marketing-Preis mit einer Sonderausgabe.

Information und Ausschreibung:

Deutscher Marketing-Verband e.V.

Annette Schindler

Königsallee 30, 40212 Düsseldorf

Tel. 0211 / 8 64 06 16, Fax: 0211 / 8 64 06 40

E-Mail: schindler@marketingverband.de

www.deutscher-marketing-preis.de

www.marketingverband.de