



## „Stars“ aus der Region gesucht

### Marketing-Club stellt neues Programm vor — TV-Serie

Der Marketing-Club Nürnberg will mit seinem Jahresprogramm wieder regionale Akzente setzen. Auf dem Plan stehen unter anderem eine eigene Fernsehsendung, eine Podiumsdiskussion im Steiner Schloss und die Verleihung des „Marketing Star 2006“ für innovative Unternehmen.

Mit einem „Fernseh-Talk“ will der Marketing-Verein zusammen mit RTL Franken Live Entwicklungen des heimischen Wirtschaftslebens thematisieren, erklärt der Marketing-Club-Chef Hans-Reiner Schröder. Für den Start im März kündigt er den Aufsichtsratsvorsitzenden der Fluggesellschaft dba, Hans Rudolf Wöhrl, an. Neun Teile der Serie sind geplant, die einmal monatlich laufen soll.

### Diskussion im Schloss

Am 15. März veranstaltet der Club zusammen mit der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken eine Podiumsdiskussion im Faber-Castell-Schloss in Stein. Die Fußball-Weltmeisterschaft, so Vereins-Vorstandsmitglied Gerd Bise, wirft auch hier ihre Schatten voraus: Unter dem Motto „Der Sport als treibender Marketingfaktor für die Metropolregion Nürnberg“ diskutieren unter anderem Thomas Bach, Mitglied des Internationalen Olympischen Komitees (IOC), und Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender der Herzogenauracher adidas-Salomon AG.

Am 24. Oktober steht die Preisverleihung des diesjährigen „Marketing Star“ im Historischen Rathaussaal auf dem Programm. Bis dahin „hoffen wir, dass sich viele Unternehmen an dem Wettbewerb beteiligen“, sagt Schröder.

Alle zwei Jahre würdigt der Nürnberger Club die Marketingleistung eines regionalen Unternehmens. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie die Firma ihre Produkte erfolgreich auf dem Markt platziert hat. Im vergangenen Jahr ging die undotierte Auszeichnung an den Hersbrucker Haushaltswarenhersteller Fackelmann.

### Erfolg in schweren Zeiten

Weitere Termine aus dem Club-Programm: Am 10. April findet eine Veranstaltung im Marmorsaal zum Thema „Erfolgreiche Markeneinführung in schwierigen Zeiten beim Autohersteller BMW“ statt. Am 25. April widmen sich die Veranstalter dem Thema „Die Rolle der Marken im Verdrängungswettbewerb“, der 12. September steht unter dem Motto „Kann man Geschichte verkaufen?“. Als Beispiel dient die Landesausstellung „200 Jahre Franken in Bayern“.

Bis auf wenige Ausnahmen finden die Veranstaltungen jeweils ab 18.30 Uhr in der Nürnberger Akademie im Marmorsaal, Gewerbemuseumsplatz 2, statt. Der Eintritt kostet 20 Euro. ALEXANDER BROCK

Informationen im Internet: [www.marketingclub-nuernberg.de](http://www.marketingclub-nuernberg.de)