



INFORMATIONEN ZUM MARKETING PREIS 2025

1/4

Bereits zum 27. Mal schreibt der Marketing Club Leipzig e.V. den Marketing Preis aus. Gewürdigt werden mit dem Preis Spitzenleistungen von Unternehmen, Einzelpersonen oder öffentlichen Einrichtungen, die dazu beitragen, Unternehmen, Marken oder Produkte auf dem Markt zu bringen oder zu etablieren.

Bewerben können sich Unternehmen, Einzelpersonen und Einrichtungen mit Sitz in der Region Leipzig sowie Unternehmen, Einzelpersonen und Einrichtungen, die mit ihren Marketingaktivitäten einen Fokus auf die Region Leipzig setzen. Bewerbungen sind ab Montag, 3. März 2025, möglich. Was muss eingereicht werden?

a) Bewerbungsformular

b) eine maximal 14-seitige Präsentation

c) ggf. Anlagen (Video- oder Fotogalerien, Werbematerial, Prospekte, Pressemeldungen ...)

Bewerbungen sind per E-Mail an info@mc-leipzig.de bis zum Freitag, 27. Juni 2025, zu richten. Innerhalb von drei Tagen erfolgt eine schriftliche Eingangsbestätigung – ebenfalls per E-Mail.

Die Präsentation sollte beispielsweise folgende Kriterien beinhalten, die maßgeblich auch bei der Beurteilung durch die Jury berücksichtigt werden: Analyse, Anwendung des Marketing-Mixes (Produkt, Preis, Distribution, Kommunikation), Authentizität, Einzigartigkeit, Effekt auf Zielvariablen, Erfolgsmessung, Kreativität, Mitarbeiteridentifikation, Nachhaltigkeit, Umsetzung, Wettbewerbsdifferenzierung, Ziel(e).

DIE KATEGORIEN

Kampagne

Eine Kampagne ist eine zeitlich begrenzte Marketingaktionen, um für Produkte, Dienstleistungen, Unternehmen oder Institutionen Werbung zu machen. Neben langfristigen Zielen, ist bei Kampagnen besonders der kurzfristige Effekt und die öffentliche Wahrnehmung der Kampagne für den Erfolg von Bedeutung.

Engagement

Engagement ist der Einsatz für eine Sache, die dem Gemeinwohl verpflichtet ist – und nicht in allererster Linie geschäftliche Interessen bzw. wirtschaftliche Zielsetzungen verfolgt. Ob im sozialen, ökologischen oder gesellschaftlichen Bereich: Entscheidend ist der tatsächliche Nutzen für die Gemeinschaft. Die Bewertung des Engagements richtet sich nach seinem konkreten Erfolg – sei es durch direkte Maßnahmen, nachhaltige Veränderungen oder die Sensibilisierung für ein wichtiges Thema. Begleitende Marketingmaßnahmen stehen nicht im Mittelpunkt der Beurteilung. Bewerben können sich Organisationen, Vereine und Unternehmen, deren Engagement allgemein oder in spezifischen Projekten dem Gemeinwohl verpflichtet ist.

(Re)Launch

(Re)Launch bezeichnet die Einführung oder Wiedereinführung einer Marke, eines Produktes oder einer Dienstleistung. Besonders wichtig für die Beurteilung des Erfolges eines (Re)Launches ist die nachhaltige Etablierung oder Veränderung des Markenimages.





INFORMATIONEN ZUM MARKETING PREIS 2025

2/4

BEWERTUNGSKRITERIEN

1. Konzept

Das Kriterium „Konzept“ bewertet zunächst, die auf einer Situations- und Marktanalyse aufbauende, Zielsetzung. Die Situationsanalyse kann eine Segmentierung beinhalten, die zu segmentspezifischen Zielen führt. Gleichzeitig beurteilt diese Dimension die, ggf. segmentspezifische, Konzeption des Marketing-Mixes (Produkt, Preis, Distribution, Kommunikation) hinsichtlich der Zielsetzung. Hierbei ist auch die soziale und ökologische Nachhaltigkeit des Konzeptes von Bedeutung.

Kriterien im Überblick: Analyse, Anwendung des Marketing-Mixes (Produkt, Preis, Distribution, Kommunikation), Nachhaltigkeit, Segmentierung, Ziel(e)

2. Qualität

Das Kriterium „Qualität“ bewertet die Umsetzung des Konzeptes entlang des Marketing-Mixes. Hierbei spielen Faktoren wie beispielsweise Authentizität, (regionale) Segmenterreichung oder die Identifikation der Beschäftigten mit der Umsetzung eine Rolle.

Kriterien im Überblick: Authentizität, Mitarbeiteridentifikation, Nachhaltigkeit, Umsetzung

3. Innovation

Das Kriterium „Innovation“ bewertet die Neuartigkeit des Konzeptes, insofern diese zur Erreichung der Zielsetzung beiträgt. Hierbei spielen Faktoren wie beispielsweise Einzigartigkeit, Kreativität oder Wettbewerbsdifferenzierung eine Rolle.

Kriterien im Überblick: Einzigartigkeit, Kreativität, Wettbewerbsdifferenzierung

4. Erfolg

Das Kriterium „Erfolg“ bewertet die Zielerreichung. Diese Zielerreichung kann mittels verschiedener Zielvariablen verdeutlicht werden (zum Beispiel Markenimage, Kaufhäufigkeit oder auch Reichweite). Gleichzeitig beurteilt diese Dimension auch die öffentliche Wahrnehmung und Verbreitung der Aktivität und ihre regionale Wirkung. Nachhaltigkeit wird hier im Sinne einer Nachhaltigkeit des Erfolges interpretiert.

Kriterien im Überblick: Erfolgsmessung, Effekt auf Zielvariablen und ggf. deren Nachhaltigkeit





BEWERBUNG FÜR DEN MARKETING PREIS 2025

3/4

Wir bewerben uns für den Marketing Preis in der Kategorie:

Kampagne Engagement (Re)launch

Bewerber (Firmenname mit Anschrift und Internetseite, Ansprechpartner mit E-Mail):

Klassifizierung:

bis 20 Beschäftigte 20 bis 100 Beschäftigte mehr als 100 Beschäftigte

Kurzbezeichnung des Projekts bzw. der Bewerbung:

In den letzten zwei Jahren haben wir eine ähnliche Bewerbung für den Marketing Preis eingereicht:

ja nein

Marketingziel(e):

Zielgruppe(n):





BEWERBUNG FÜR DEN MARKETING PREIS 2025

4/4

Konzept (kurz zusammengefasst auf maximal einer Seite):

