

**Marketing-Club:** Prostituierten-Beratungsstelle „Amalie“ der Diakonie ausgezeichnet

# Preis für einen Tabubruch

Sie haben sich in der allerletzten Runde durchgesetzt gegen die große, erfolgreiche Kampagne der Reiss-Engelhorn-Museen zum Wittelsbacherjahr und gegen die „Aufstiegshelfer-Initiative“ des Vereins „Anpfliff ins Leben“: Die Mitarbeiter des Diakonischen Werks Mannheim erhielten für ihre Idee, mit „Amalie“ eine Beratungsstelle für Frauen in der Prostitution zu gründen, den Marketingpreis des Marketing-Clubs Rhein-Neckar in der Kategorie „Non Profit“.

Bereits zum vierten Mal prämierte der Marketing-Club innovative Marketing-Konzepte aus der Metropolregion. Die neunköpfige Jury – darunter neben Vertretern des Clubs und der Branche auch IHK-Präsident Dr. Gerhard Vogel, Prof. Axel Kolaschnik, Prodekan Fakultät für Gestaltung der Hochschule Mannheim, Prof. Dr. Dietmar von Hoyningen-Huene, ehemaliger Rektor der Hochschule sowie Dr. Björn Jansen, Geschäftsführer der Dr. Haas Me-



Preis überreicht: v.l. Larissa Brasnyo, Nicole Walz, Julia Wege, Prof. Albert.

diengruppe – begutachtete 20 Einreichungen.

In der Kategorie „Große Unternehmen“ ging der Award an die Caterpillar Energy Solutions (früher MWM) für die Markteinführung des Modular Power Plant (MPP) – ein Kraftwerk zur Stromerzeugung aus vorgefertigten Bauteilen, das schnell und ohne aufwendige Baumaßnahmen vor Ort errichtet werden kann. Bei den „Kleinen Unternehmen“ überzeugte die Cycle Parts GmbH mit der Markteinführung der

VDOM-Serie Fahrradcomputer. Der Gewinner in der Kategorie Sonderpreis „Young Professionals“ ist das Mannheimer Jungunternehmen Stulfaser GmbH mit der Einführung der Sockenmarke „von Jungfeld“. Der Sonderpreis für „Non Profit“ ging schließlich an das Diakonische Werk für „Amalie“.

Die Beratungsstelle gelte „in dieser Art und Weise inzwischen als Benchmark“, so Clubpräsidentin Nicole Walz bei der Preisübergabe an Larissa Brasnyo, Nicole Walz, Julia Wege und Prof. Dr. Martin Albert (SRH Hochschule Heidelberg). Die 2011 gegründete Beratungsstelle hatte sich damit beworben, dass sie den Bedarf wissenschaftlich ermittelt und „für dieses Feld strategische und kreative Lösungen initiiert hat, die hohes bundesweites Interesse hervorgerufen haben“: „Wir haben ein Tabuthema der Gesellschaft aufgegriffen und passgenaue Lösungen entwickelt“ – das wurde mit dem Preis gewürdigt. *pwr*