



Prämierte Wiederbelebung der Fürther Bierlegende: (v. l.) Stefan Maier-Wimmer, Geschäftsführer Agentur Bloom, Peter Schultze, Präsident des Marketing-Clubs und Kai Eschenbacher, Marketingdirektor Tucher.

→ MC Nürnberg

MARKETING STAR 2012 geht an Fürther Kultbiermarke Grüner

Der Marketing-Club verlieh zum achten Mal den **MARKETING STAR**. 2012 haben die Mitglieder der Jury, hochkarätige Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Forschung und Öffentlichkeit, die wiederbelebte Marke Grüner aus Fürth als Preisträger auserkoren. Seit 1988 wird die begehrte Trophäe alle zwei Jahre an Unternehmen für herausragende und innovative Marketingleistungen verliehen.

Die feierliche Preisverleihung fand im Historischen Rathaussaal der Stadt Nürnberg statt. Nach Grußworten des Schirmherrn Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly stellte Peter Schultze, Präsident des Marketing-Clubs, das Konzept hinter dem **MARKETING STAR** vor. Mit der Auszeichnung will das regionale Forum für Marketing-Führungskräfte herausragende Marketingleistungen in der Region Nürnberg einem breiten Publikum bekannt machen. Honoriert wird dabei die ganzheitliche Umsetzung einer innovativen Marketingidee, die sich durch besonderen Kundennutzen auszeichnet.

Traditionell kommt die Laudatio für den neuen Gewinner vom Preisträger des vergangenen **MARKETING STAR**. So präsentierte Perry Soldan, Geschäftsführender Gesellschafter Dr. C. SOLDAN, die Marke Grüner und deren Wiederbelebung durch die Tucher Bräu GmbH & Co. KG. Kai Eschenbacher, Marketingdirektor Tucher, nahm gemeinsam mit Stefan Maier-Wimmer, Geschäftsführer der Agentur Bloom, die Auszeichnung entgegen. Die beiden heckten das kühne Marketingkonzept zur Wiederbelebung der Fürther Bierlegende aus – gerade in Zeiten stetig sinkender Bierabsätze eine große Herausforderung. Dabei haben sie den derzeitigen Trend zur regionalen Orientierung im Konsum und die Hinwendung zu ehrlichen, nicht marketinggetriebenen Produkten als Chance erkannt: Regionale Spezialitäten entziehen sich dem Preisdruck, benötigen keine großen Werbekampagnen und haben dennoch gute Wachstumschancen. Grüner hatte die besten

Voraussetzungen für die Rolle der kultigen Stadtbier-Spezialität – noch in den 60er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts war das Bier legendär, in den 70er-Jahren ging die Brauerei unter.

Mit dem Retrodesign beziehen sich die beiden Marketer ganz bewusst auf die Hochzeit der Kultmarke Grüner in den 1960er-Jahren und betonen so die lange Tradition des Bieres. Damit konnten zwei Zielgruppen angesprochen werden: Zum einen die 50- bis 70-Jährigen, die das Grüner Bier noch von früher kennen, und zum anderen die 18- bis 30-Jährigen, die auf der Suche nach identitätsstiftenden Produkten in der Kultmarke aus vergangenen Zeiten fündig werden. Seit September 2011 vertreibt die Tucher Bräu mit großem Erfolg die Bierspezialität im „alten Gewand“ und mit neuen Marketingideen. So gelang es, die Legende mit authentischen Werbemitteln wie in den 60ern, ohne Werbedruck und mit einem starken regionalen Bezug wieder aufleben zu lassen.



„Auf diese Auszeichnung sind wir besonders stolz. Wir haben es geschafft, eine fast vergessene Fürther Biermarke trotz des harten Verdrängungswettbewerbs im Biermarkt neu zu etablieren“, so Eschenbacher. Mit dem Sponsoring des Erstligisten SpVgg Greuther Fürth zeigt Grüner nun auch national Präsenz. So gesellte sich der Geschäftsführer des Vereins Holger Schwiewagner „zu den Gratulanten und zog Parallelen zwischen dem Aufstieg der Fürther in die erste Bundesliga und der neuen Glanzzeit des Fürther Traditionsbieres. Im Anschluss an die Preisverleihung war genügend Zeit für Networking und ein Glas Grüner Bier.“