

# Dampferwerbung mit Pfiff

Der Marketing-Preis geht in diesem Jahr an die Sächsische Dampfschiffahrt. Sie spricht sehr geschickt auch junges Publikum an.

Eine Fahrt mit der ältesten und größten Raddampferflotte der Welt zwingt zum Verweilen und zur Langsamkeit. Vom Schiff kommen die Gäste nicht einfach wieder runter. Doch gerade Zeit ist heutzutage ein besonderer Luxus. „Trotz zunehmenden Wettbewerbs schafft es die Sächsische Dampfschiffahrt, ein geradezu anachronistisches Produkt erfolgreich zu vermarkten“, schätzt Juryvorsitzender Wolfram Schnelle von der IHK Dresden ein.

Seit 175 Jahren gibt es das Unternehmen. Sein Erfolgsgeheimnis seien eine zielgerichtete Kooperation mit Partnern wie beispielsweise der Winzergenossenschaft und Meissener Porzellan sowie der Einsatz neuer Medien. So würden auch junge Technikfreaks angesprochen. Die Sächsische Dampfschiffahrt findet seit Kurzem großen Zuspruch auf Facebook und Twitter. Mit über 5 000 Aufrufen sei sie auch auf Youtube besonders erfolgreich. „Wir haben bisher über 680 000 Fahrgäste in diesem Jahr erreicht, 10 000 weitere werden es vielleicht noch“, sagt Geschäftsführer Sebastian Meyer-Stork. Er nahm gestern den Preis, eine von der Radebeuler



Dampfer-Chef Sebastian Meyer-Stork setzt aufs Internet. Foto: PR

Künstlerin Gabriele Reinemer geschaffene Bronzeplastik, entgegen. Mit einer finanziellen Zuwendung ist der Preis nicht verbunden. Die Laudatio hielt gestern Abend im Hotel Hilton Dresden der Vorjahrespreisträger Wolfgang Groß, Geschäftsführer der Fit GmbH.

Der Marketing-Club Dresden vergibt seit 1995 jährlich seinen Preis. „Ziel ist es, herausragende Leistungen sächsischer Unternehmen im Bereich Marketing zu würdigen“, sagt Präsident Ulrich Franzen. Alle früheren Preisträger seien noch erfolgreich am Markt tätig. Bewerbungen für den Preis im nächsten Jahr nimmt der Marketing-Club Dresden ab Juni entgegen. (SZ/kle)

web [www.marketingclub-dresden.de](http://www.marketingclub-dresden.de).