



Pressemitteilung

Saarbrücken, 16.06.2008

DFH-Marketing-Preis 2008

Der integrierte Studiengang „Internationales Management“ der Fachhochschule für Wirtschaft (FHW) Berlin gewinnt den DFH-Marketing-Preis 2008

Anlässlich der dritten Auflage des Marketing-Preises der DFH wählte in diesem Jahr eine unabhängige Jury aus Marketing- und Kommunikationsexperten unter den eingegangenen Bewerbungen die Fachhochschule für Wirtschaft (FHW) Berlin mit ihrem integrierten Studiengang „Internationales Management“ als Gewinner aus.

„Besonders Stolz macht uns die Tatsache, dass die Initiative für die Bewerbung von Studierenden ausging“ betonte der Programmbeauftragte des Studiengangs, Prof. Dr. Sven Pohland, als er den mit 2.000 Euro dotierte Preis im Rahmen des DFH-Programmbeauftragten -und Expertentreffens am 21. Mai 2008 in Aix-en-Provence entgegennahm.

Der Studiengang überzeugte durch ein innovatives und zukunftsorientiertes Marketingkonzept, die Existenz einer Online-Plattform (Intranet) für Studierende des Studiengangs und die Qualität der Werbeträger (Broschüren etc). Zwei Studenten aus dem deutsch-französischen Studiengang, Andreas Schreiber und Kai Grondke, analysierten Anfang 2008 die an der FHW Berlin und an der Partnerhochschule Ecole Supérieure du Commerce Extérieure (ESCE) Paris laufenden Marketingaktivitäten und entwickelten für die Bereiche Event, Online und Print ein aktualisiertes Gesamtkonzept sowie einen Maßnahmenkatalog.

Der Marketing-Preis der DFH wurde im Jahr 2006 ins Leben gerufen, um Programme der DFH auszuzeichnen, die sich durch besonders innovative Marketingkonzepte hervortun.