

Marketing-Club ernennt Treis zum Ehrenmitglied

Präsident Sauer ehrt Göttinger Wissenschaftler

Göttingen (soz). Nur ganz selten wird sie vergeben, die Ehrenmitgliedschaft des Deutschen Marketing-Verbandes. Prof. Bartho Treis vom Uni-Institut für Marketing und Handel, so waren sich die Präsidenten des Göttinger Marketing-Clubs Gerhard Sauer und des Deutschen Marketing-Verbandes Prof. Klaus Goehrmann einig, sollte zu den wenigen Ausgewählten gehören. Treis zähle zu den Innovatoren und Schrittmachern des Marketings, erklärte Sauer bei der Überreichung der Ernennungsurkunde. Treis' offene und menschliche Art sowie seine Nähe zum Club hätten „immer wieder einen dynamisch-kreativen wie auch wissenschaftlich-fundierten

Wissenstransfer auf hohem Niveau“ bewirkt. Die vielen Initiativen mit Treis hätten dem Marketing in Unternehmen und Gesellschaft eine hohe Geltung verschafft, hob Sauer in seiner Laudatio hervor.

Treis, der seit 1981 Mitglied des Marketing-Clubs ist, habe etwa mit seiner Umfrage unter südniedersächsischen Unternehmen über die „Bedeutung des ICE-Haltepunktes Göttingen für die Wirtschaft und die Universität“ im Juni 1994 dazu beigetragen, dass die damals beabsichtigte Streichung von 20 ICE-Halts in Göttingen nicht realisiert wurde. In Vorträgen informiere der Wissenschaftler regelmäßig über neueste Erkenntnisse im Marketing.



Prof. Bartho Treis (r) und MCG-Präsident Gerhard Sauer.

Heller