



**Marketing-Club
Bergisch Land e.V.**

**Clubprofil &
Jahresprogramm
2018**



40 Jahre Marketing Club Bergisch Land

Liebe Clubfreunde, sehr geehrte Damen und Herren,

das nun vorliegende Programm begleitet uns in ein wichtiges Jubiläumsjahr, denn der Marketing Club Bergisch Land feiert 2018 sein vierzigjähriges Bestehen! Dies war für alle Mitglieder des Vorstandes Anlass und Ansporn gleichermaßen, sich intensiv in die Gestaltung des Jahresprogramms einzubringen und gemeinsam eine Reihe ganz besonderer Veranstaltungen zu entwickeln. Dafür darf ich mich bei meiner „Mannschaft“ noch einmal recht herzlich bedanken.

Vor kurzem habe ich am Deutschen Marketing Tag in Frankfurt teilgenommen, der mit 1.500 Besuchern mittlerweile zu den Pflichtterminen für die Marketing-Verantwortlichen unseres Landes zählt. In diesem Rahmen wurde der Deutsche Marketing Preis 2017 an die Firma Vorwerk für die erfolgreiche Markenführung des Thermomix vergeben. Deshalb lag nichts näher, als dem Wuppertaler Preisträger die Ehre zu erweisen und ihn mit unserer Auftaktveranstaltung im Januar in der Historischen Stadthalle zu feiern.

An den nachfolgenden Clubabenden wollen wir in Form einer „Zeitreise“ sowohl auf die vergangenen

40 Jahre unseres Marketing Clubs zurückblicken, als auch die Zukunft des Marketing mit Themen wie z.B. Multi-Channel-Marketing oder Influencer-Marketing beleuchten. Eine Herausforderung wird für uns alle auch die neue EU Datenschutzgrundverordnung werden, die zahlreiche rechtliche Fallstricke für Marketeers, Geschäftsleitungen und Vorstände enthält.

Die Frage nach der Zukunft des Marketing Clubs beinhaltet aber auch die Frage nach der Zufriedenheit unserer Mitglieder. Dazu hat Clubfreund Alexander Preiß vor einigen Wochen ehrenamtlich eine Umfrage durchgeführt und ausgewertet. Ihm sei an dieser Stelle herzlich gedankt. Die Auseinandersetzung mit dem Ergebnis und eine daraus resultierende Neuausrichtung werden die Kernaufgabe des Vorstandes in diesem Jubiläumsjahr sein.

Ich würde mich sehr freuen, wenn unser diesjähriges Clubprogramm Ihr Interesse fände und wir uns anlässlich der einen oder anderen Veranstaltung treffen und austauschen könnten.

Bis bald
Ihr Clubpräsident
Erich Giese

40 Jahre Marketing-Club Bergisch Land – jetzt Mitglied werden!

Ein Jubiläum ist immer auch Anlass für ein Jubiläumsangebot: Deshalb bietet Ihnen der Marketing-Club Bergisch Land in 2018 die Mitgliedschaft zu Sonderkonditionen an:

Zum 40jährigen Bestehen entfällt für die ersten 40 neuen Mitglieder die Aufnahmegebühr von 250 bzw. 125 Euro.

Um den Marketing-Club und sein Programm unverbindlich kennenzulernen, können Sie mit einer Welcome Card kostenfrei an einer Veranstaltung Ihrer Wahl teilnehmen. Weitere Informationen zu Mitgliedsbeiträgen und den Aufnahmeantrag finden Sie unter www.mc-bl.de.

Der Marketing-Club Bergisch Land e.V. lebt von seinen Mitgliedern. Die Erfahrung der einzelnen Personen gibt dem Verein in Summe seinen Mehrwert. Als Mitglied ist willkommen, wer führend, leitend oder lehrend in Marketing, Werbung oder Vertrieb tätig ist. Neben Personenmitgliedschaften sind auch Firmenmitgliedschaften möglich.

Unternehmer, Marketingleiter, Vertriebsleiter, Produkt-Manager, Unternehmensberater, Agenturchefs, Marktforscher, PR-Spezialisten, Professoren und Studierende treffen sich regelmäßig bei fachrelevanten Informationsveranstaltungen an spannenden Orten und zum Austausch untereinander.

Willkommen sind auch Nachwuchskräfte unter 35 Jahren als „Junior-Marketing-Professionals“ (JuMPs), die z.B. noch in Studium oder Ausbildung sind und sich zu stark ermäßigten Jahresbeiträgen im Marketing-Club auf weitere Aufgaben und Karriere-Schritte vorbereiten und Kontakte knüpfen wollen.

Nutzen Sie die Welcome Card!

Geschäftsstelle:

Julia Greef
Am Freudenberg 73 d
42119 Wuppertal
Telefon: 02 02 – 2 98 81 56
Telefax: 02 02 – 2 98 81 57
info@mc-bergisch-land.de
www.mc-bergisch-land.de

Mitgliedspreise:

Jahresbeitrag: 250 Euro
Externe Gäste: 40 Euro (pro
Veranstaltung)
Ehe- bzw. Lebenspartner von
Mitgliedern: 20 Euro (pro
Veranstaltung)
Jahresbeitrag JuMPs: 125 Euro

Jahres- programm 2018



25. Januar 2018

18.30 Uhr

**Von der Küchenmaschine zum
Lebensgefühl – Wie der Thermomix
die deutschen Küchen eroberte:**

Ein Erlebnisabend in fünf Akten zu Ehren des Preisträgers des Deutschen Marketing Preises

Andreas Friesch, Vorstand Geschäftsbereich Thermomix, Vorwerk Deutschland Stiftung & Co. KG

Ort: Historische Stadthalle Wuppertal

21. Juni 2018

18.30 Uhr

**Multi-Channel-Management – Trends und
Herausforderungen in der Praxis**

Prof. Dr. Stephan Zielke, Walbusch-Stiftungslehrstuhl für Multi-Channel-Management an der Bergischen Universität Wuppertal

Ort: Hazet-Welt, Hazet-Werk Hermann Zerver GmbH & Co. KG, Remscheid



© Frederike von Heyden/Bergische Universität Wuppertal



20. Februar 2018 (Dienstag!)

18.30 Uhr

**Live Campaigns durch agiles
Event Management**

Dipl.-Oec. Colja M. Dams, CEO Vok
Dams Agentur für Events und
Live-Marketing

Ort: Vok Dams Events GmbH,
Wuppertal



22. März 2018

18.30 Uhr

**Kundenbindung in der Auto-
mobilindustrie von morgen –
Digitales Marketing bei Ford**

Dipl.-Kfm. Olaf Hansen, Leiter
Marketing und Kommunikation,
Ford Deutschland

Ort: Ford Store, Autohaus Werner
Jungmann GmbH & Co. KG,
Wuppertal

30. August 2018

18.30 Uhr

40 Jahre Marketing Club Bergisch Land – Wir feiern!

Kulturmarketing by TiC – Theater in Cronenberg. Mit
Einlage aus dem aktuellen Programm, einer Überraschung
aus Düsseldorf und Grillfest

Ralf Budde
Geschäftsführer und Chefregisseur
TiC-Theater gGmbH, Wuppertal

Ort: Villa Media, Wuppertal





19. April 2018

18.30 Uhr

**Vom Gestern zum Morgen – Eine Zeitreise
durch 40 Jahre Marketing**

Dieter Lübcke

Partner der Kon-Part GmbH, Wuppertal
Unternehmerberater für Personalmarketing

Prof. Dr. Tobias Langner

Inhaber des Lehrstuhls für Marketing an der
Schumpeter School of Business and
Economics, Bergische Universität Wuppertal

Ort: Bergische Universität Wuppertal

20. September 2018

18.30 Uhr

**Aufbau und Relevanz von Kundenbewertungen
im Online-Marketing**

Prof. Dr. Dubravko Radic, Professor für
Dienstleistungsmanagement, Universität Leipzig

Anke Hartmann und Arnt Vesper,
Postboutique Hotel, Wuppertal

Ort: Postboutique Hotel, Wuppertal





17. Mai 2018

18.30 Uhr

Marketing im permanenten Wandel – Und jetzt kommt noch der Datenschutz!

Thomas Werning
Strategieberatung
Lehrbeauftragter FHM Bielefeld

Ort: TAW Technische Akademie Wuppertal

30. Oktober 2018 (Dienstag!)

18.30 Uhr

**Barcamp – Herausforderung
Personalmarketing**

mit Beiträgen von
Stadtsparkasse Wuppertal
Stadt Wuppertal
Muckenhaupt & Nusselt GmbH,
Wuppertal
BUCS IT GmbH, Wuppertal
TFI GmbH/Talention, Wuppertal

Ort: Stadtsparkasse Wuppertal

22. November 2018

18.30 Uhr

**Digitale Erlösmodelle eines
regionalen Medienhauses –
Westdeutsche Zeitung**

Prof. Dr. Karsten Kilian, Professor
für Markenmanagement und
Internationales Marketing,
FH Würzburg-Schweinfurt

Ort: Bahnhof Blo, Bouldercafé
Wuppertal



**Marketing-Open
BARCAMP**

Referenten und Orte

Vorwerk und Andreas Friesch

Seit 2008 ist Andreas Friesch, Jahrgang 1965, im Vorstand für die Division Thermomix bei der Vorwerk Deutschland Stiftung & Co. KG. Er verantwortet die deutsche Vertriebsorganisation mit über 16.000 Mitarbeitern.

Innovativer Wandel, erlebbare Digitalisierung und eine gesamtheitliche Marketingstrategie: Der Deutsche Marketing Verband hat den Deutschen Marketing Preis 2017 an Thermomix von Vorwerk verliehen. Die hochkarätige 30-köpfige Jury aus Wirtschaft, Wissenschaft, Agenturen und Medien war überzeugt, dass die Gesamt-Marketingleistung des Unternehmens von Offline, über Digital, Kommunikation, Vertrieb, Produkt und über alle Kundeninteraktionskanäle hinweg den Erfolg der Marke begründet hat – und es somit die Kriterien zur Vergabe optimal erfüllt. Damit tritt der Thermomix erfolgreich in die Fußstapfen anderer Vorwerk-Produkte wie etwa auch die des legendären Kobold-Staubsaugers. Die Marke sei in den vergangenen Jahrzehnten geprägt gewesen von einem innovativen Wandel: Vom Produkt an sich zu einer Gesamtlösung, die auf einer klaren Produktstrategie beruhe, meinte DMV-Präsident und Jury-Chef Prof. Dr. Ralf E. Strauß: „Die Kundenloyalität und -bindung ist beispiellos – Thermomix lebt das ‚internet of things‘.“

Ford und Olaf Hansen

Olaf Hansen ist seit 1999 für Ford tätig. Nach einem Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing an der WHU Otto Beisheim School of Management in Vallendar startete er als Produktspezialist SUV in der deutschen Ford Organisation. 2002 wechselte der Diplom-Kaufmann in den Außendienst, bevor er 2004 in Dunton/England im europäischen Produktmarketing unter anderem den Ford Fiesta verantwortete. Zurück in Deutschland leitete Hansen seit 2006 die deutsche Werbeabteilung. 2009 folgten Stationen in der deutschen und europäischen Ford Service Customer Division.

Hazet und Prof. Dr. Stephan Zielke

Prof. Dr. Stephan Zielke ist Inhaber des Lehrstuhls für Multi-Channel-Management an der Bergischen Universität Wuppertal. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre und Promotion an der Universität Köln habilitierte er an der Universität Göttingen. Anschließend war er Associate Professor an der Rouen Business School und dem MAPP Centre der Universität Aarhus. Neben seiner wissenschaftlichen Tätigkeit arbeitete er als Consultant bei der Unternehmensberatung Simon, Kucher

& Partners. Seine Forschungsinteressen sind u. a. das Kundenverhalten in Multi-Channel-Systemen, das Handelsmarketing und die verhaltenswissenschaftliche Preisforschung.

„Bahnhof Blo“ – Boulder Café Wuppertal

Im Industriedenkmal des ehemaligen Gold-Zack Werks, Relikt der Wuppertaler Textilindustrie, befindet sich der „Bahnhof Blo“. An 600 Quadratmetern Kletterfläche kann hinter den gusseisernen Fenstern, mit direkter Anbindung an die Nordbahntrasse, gebouldert werden. Das integrierte Café verbindet Sport und Kultur. Zukünftig werden auch Veranstaltungen wie Konzerte und Lesungen stattfinden

„Hazet-Welt“

Nicht nur für den Marketing Club Bergisch Land ist 2018 ein Jubiläumsjahr – auch das Familienunternehmen HAZET in Remscheid darf immerhin auf beeindruckende 150 Jahre Firmengeschichte zurückblicken! In der „Hazet-Welt“ dem Show- und Schulungsraum des Unternehmens Hazet, finden Kunden, Vertriebspartner und Mitarbeiter auf 600 Quadratmetern alles rund um dessen Produkte. Herzstück dieses Zentrums ist die Live-Werkstatt. Auf einer professionellen Hebebühne wird an Fahrzeugen eindrucksvoll und praxisnah der Einsatz der Hazet-Spezialwerkzeuge demonstriert oder von Kunden und Anwendern selbst ausprobiert. Auf insgesamt 20 Metern Werkzeugwänden finden sich alle wesentlichen Produktbereiche an Standard- und Spezialwerkzeugen.

Mit dem TiC zu Gast in der Villa Media

Seit der Gründung 1987 erfreut sich das TiC hoher Beliebtheit. Neben dem Theaterbetrieb hat das Haus auch die Funktion, junge Leute an theaterorientierte Berufe heranzuführen. Es bestehen Kooperationen mit Ausbildungsstätten und Hochschulen; etliche Darsteller sind heute Schauspiel- oder Musicalprofis, ebenso wie viele der hinter den Kulissen Tätigen, die als Veranstaltungs- oder Bühnentechniker arbeiten.

Postboutique Hotel

Im 40. Jahr seines Bestehens gehen Anke Hartmann und Arnt Vesper neue Wege und eröffnen in der Elberfelder Innenstadt ein Hotel im ehemaligen Postgebäude am Platz am Kolk. Der Marketing Club gehört zu den ersten Gästen.

Junior Marketing Professionals (JuMPs)

Das aktive Netzwerk der JuMPs dient der Integration von Nachwuchsführungskräften aus Marketing und Vertrieb in den Marketing Club Bergisch Land. Bis zum Alter von 35 Jahren profitieren die Junioren neben den Veranstaltungen des Hauptclubs auch von eigenen Formaten und zudem von einem deutlich reduzierten Mitgliedsbeitrag in Höhe von 125 Euro jährlich.

Neben dem persönlichen und fachlichen Miteinander sowohl auf regionaler als auch auf nationaler Ebene bietet die JuMP-Community ein breites Angebot an Weiterbildungs- und Austauschmöglichkeiten und verschafft einen Wissensvorsprung und wertvolle Kontakte. Stammtische, Business-Speed-Datings, Nationale Junioren Tagungen aber auch Kochkurse sind einige Veranstaltungen, bei denen die JuMPs mit passenden Marken und deren Markenbotschaftern intensive Markenerlebnisse sammeln oder sich theoretisch Marketing- und Vertriebsthemen nähern.

Für die JuMPs im Bergischen Land gibt es seit einigen Jahren das Format „Besondere Orte, besondere Gespräche“. Hier wird unverblümt, ehrlich und authentisch sowohl über Erfolge als auch über das Scheitern im Beruf gesprochen. Das gemeinsame Lernen resultiert hier aus der langjährigen Erfahrung gestandener Marketingpersönlichkeiten, mit denen man sich im kleinen Kreis in besonderer Atmosphäre trifft und intensiv austauscht.

Detaillierte Informationen zu den einzelnen Veranstaltungen erfolgen jeweils rechtzeitig per Mail.

JuMP-Programm 2018: Save the date

- 24.-28.04. Nationale Junioren-Tagung 2018 in München**
- 19.07. Besondere Orte, besondere Gespräche (BOBG)**
- 30.10. Barcamp und Marketing Open mit dem Hauptclub**
- 13.12. Weihnachtliches Keksebacken**

12 Gründe

1. **Gemeinsame Interessen**

Der Marketing-Club Bergisch Land ist der Berufsverband des Marketing-Managements des Bergischen Landes mit den Städten Remscheid, Solingen und Wuppertal.

2. **Qualität als Anspruch**

Im Mittelpunkt steht der intensive, branchenübergreifende Erfahrungsaustausch mit qualitativ anspruchsvollen Vorträgen und Fachdiskussionen auf unseren Clubveranstaltungen sowie die praxisorientierte Weiterbildung in Marketing- und Managementfragen.

3. **Vielseitige Branchen**

Geprägt ist der Club durch eine gesunde Mischung von Mitgliedern aus bergischen Traditionsunternehmen, aufstrebenden Start-ups, multinationalen Konzernen, führenden Dienstleistungsunternehmen und anderen „hidden champions“.

4. **Interessante Gesprächspartner**

Mitglieder sind Unternehmer, Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsdirektoren, Verkaufsleiter, leitende Mitarbeiter von Unternehmensberatungen, Werbeagenturen und Marktforschungsunternehmen.

5. **Kompetenz der Bergischen Wirtschaft**

Den Mitgliedern bieten wir an Clubabenden die Gelegenheit, sich qualifiziert fortzubilden und mit gleichgesinnten Berufskollegen wertneutral und branchenübergreifend Marketingthemen zu besprechen. Sie profitieren bei Vorträgen, Diskussionen und Seminaren von einem reichhaltigen Clubprogramm, das Theorie und Praxis verbindet. Vorschau und Rückblick auf die Clubveranstaltungen werden in unserer Clubzeitschrift „Marketing-Mix“ und auf unserer Website veröffentlicht.

6. **Spannende Locations: Marketing „vor Ort“**

Unsere Clubveranstaltungen finden an verschiedenen Orten in interessanten Locations und in unterschiedlichen Unternehmen statt. Mitglieder können exklusiv einen Blick „hinter die Kulissen“ von Mitgliedsunternehmen werfen und „vor Ort“ mit den Marketing-Verantwortlichen diskutieren. Berichte über Veranstaltungen, Diskussionen und Referate finden unsere Mitglieder im „marketing mix“ und auf unserer Homepage www.mc-bl.de. Dort gibt es auch Hinweise auf das Jahresprogramm und die nächsten Veranstaltungen.

7. Gesellschaftliche Veranstaltungen

Sonderveranstaltungen sind fester Bestandteil unseres Clublebens und fördern über den fachlichen Austausch die persönlichen und sozialen Kontakte.

8. Club-Programm ein Jahr im Voraus

Das Jahresprogramm erscheint jeweils zu Beginn des neuen Clubjahres, so dass rechtzeitig interessante Veranstaltungen im Terminkalender vorgemerkt werden können. Das breit gefächerte und ausgewogene Clubprogramm ist jeweils auf ein aktuelles Thema ausgerichtet.

9. Fachzeitschrift „absatzwirtschaft“

Im Clubbeitrag sind die besonders günstigen Abonnementgebühren für die monatlich erscheinende, größte deutsche Fachzeitschrift für Marketing enthalten.

10. Günstiges Preis-Leistungsverhältnis des Jahresbeitrages

Der Jahresbeitrag unseres Clubs beinhaltet zahlreiche Fortbildungsabende mit qualifizierten Referenten, „Marketing vor Ort“-Veranstaltungen und den monatlichen Bezug der absatzwirtschaft. Er beträgt 250,00 EUR. Für Junioren wird ein reduzierter Beitrag in Höhe von 125,00 EUR erhoben. Der Marketingclub ist ein anerkannter Berufsverband – die Mitgliedsbeiträge sind steuerlich absetzbar. Darüber hinaus werden günstige Firmenmitgliedschaften angeboten, die interessierten Unternehmen die Gelegenheit geben, eine praxisorientierte Weiterbildung ihrer Mitarbeiter zu fördern und zu unterstützen.

11. Kontakt zu Hochschulen

Unser Club hält enge Kontakte zu Professoren der Marketing-Fakultäten der Bergischen Universität.

12. Deutscher Marketing-Verband (DMV): Mitglied in 66 Clubs

Der Marketing-Club Bergisch Land gehört mit ca. 200 Mitgliedern zu den großen Clubs in Deutschland. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes DMV haben sich derzeit 66 Clubs zu einem Netzwerk mit über 13.000 Mitgliedern zusammengeschlossen. Jedes Mitglied des Marketing-Club Bergisch Land ist zur kostenlosen Teilnahme an Veranstaltungen aller übrigen Clubs berechtigt. Informationen über die Arbeit aller Clubs werden regelmäßig in der Zeitschrift absatzwirtschaft veröffentlicht.

Alle Veranstaltungstermine werden auf der Homepage des DMV veröffentlicht.

Marketing-Club Bergisch Land e.V.

Vorstand:

Erich Giese, Präsident

Silke Asbeck, Geschäftsführerin

Jochen Stiebel, Programm

Patrick Hahne, Finanzen

Petra aus dem Siepen, Marketing

Bettina Hoppmann, Mitglieder

Prof. Dr. Tobias Langner, Wissenschaft/Forschung/Lehre

Nils von der Crone, Internet und soziale Medien

Vok Dams, Ehrenpräsident

Dieter Lübcke, Ehrenpräsident

Beirat:

Doris Andernach-Schröder

Dr. h.c. Josef Beutelmann

Stefan Heinz

Ulrich Jäger

Andreas Martin

Bodo Middeldorf

Horst Rogusch

Geschäftsstelle:

Julia Greef

Am Freudenberg 73 d

42119 Wuppertal

Telefon: 02 02 – 2 98 81 56

Telefax: 02 02 – 2 98 81 57

info@mc-bergisch-land.de

www.mc-bergisch-land.de

Mitgliedspreise:

Jahresbeitrag: 250 Euro

Externe Gäste: 40 Euro (pro Veranstaltung)

Ehe- bzw. Lebenspartner von Mitgliedern: 20 Euro (pro Veranstaltung)

Jahresbeitrag JuMPs: 125 Euro

Junior-Gäste (bis 34 Jahre): 20 Euro (pro Veranstaltung)

Inkl. Imbiss & Getränke

Anmeldung für die jeweilige Veranstaltung unbedingt erforderlich!

Premiumsponsoren 2018

