



Petra aus dem Siepen, Peter Ten Eicken, Prof. Dr. Michael Fallgatter, Vok Dams, Andreas Kletzander und Silke Asbeck (v.l.). Foto: Andreas Fischer

Marketing-Experten und Nachhaltigkeit

Bergisches Land. „Green Design – Innovationstreiber oder Modeerscheinung?“ hieß es jetzt in der Bergischen Universität. Der Marketing-Club Bergisch Land hatte bei seiner ersten Veranstaltung in diesem Jahr bewusst den Campus als Veranstaltungsort gewählt: Die Marketing-Experten sind eine neue Kooperation mit der Schumpeter School of Business and Economics und dem Lehrstuhl für Marketing eingegangen. Deshalb wird die Universität auch bei zwei weiteren Clubabenden Gastgeber sein. „Gerade in Zeiten des Wandels gewinnt der Dialog zwischen Forschung und Praxis noch mehr an Bedeutung“, sagt der Präsident des Marketing-Clubs Vok Dams. „Wir sind überzeugt, dass die Partnerschaft für beide Seiten befruchtend

sein wird.“ Das Jahresprogramm des Marketing-Clubs steht 2012 unter dem Leitthema Nachhaltigkeit – etwa beim Energie- und Materialverbrauch, aber auch bei dem achtsamen Umgang mit Beschäftigten. Im Mai geht es beispielsweise bei den Stadtwerken um „grünen“ Strom; einen Monat vorher stellt sich die Haaner Felsenquelle vor („natürlich aus der Region“).

Mit den „Ausflügen“ in die Region unterstreicht der Club seinen Anspruch, für alle drei bergischen Großstädte zu stehen. Im März wird beispielsweise in Remscheid „das Phänomen Tupperware“ behandelt; im Oktober geht es um den BHC. Der Marketing-Club Bergisch Land ist der Berufsverband des Marketing-Managements im Bergischen und hat rund 200 Mitglieder. *flm*

@ www.mc-bergischland.de