

Marketing-Club Bergisch Land e.V.

Vorstand:

Erich Giese, Präsident
Dr. Andreas Kletzander, Geschäftsführer
Silke Asbeck, Programm
Norbert Brenken, Finanzen
Stefan Heinz, Marketing
Bettina Hoppmann, Mitglieder
Prof. Dr. Tobias Langner, Wissenschaft/Forschung/Lehre
Vok Dams, Ehrenpräsident
Dieter Lübcke, Ehrenpräsident

Beirat:

Doris Andernach-Schröder
Dr. h.c. Josef Beutelmann
Ulrich Jaeger
Jürgen Knorr
Andreas Martin
Bodo Middeldorf
Ralf Putsch
Horst Rogusch
Isabel Sandrock (JuMP)
Petra aus dem Sieden

Geschäftsstelle:

Kerstin Beulke
Am Wasserturm 6
42109 Wuppertal
Telefon: 02 02 – 6 93 94 96
Telefax: 02 02 – 6 93 94 95
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 2015



Referenten und Orte

René Borbonus

René Borbonus zählt zu den führenden Spezialisten für professionelle Kommunikation im deutschsprachigen Raum. Als Kommunikationstrainer, Buchautor, Coach und Vortragsredner bewegt er sich bewusst an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis. Er geleitet Führungskräfte, Unternehmer und Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens auf dem Weg zu ihrem individuellen Auftritt. Er möchte nicht lehren, sondern den Einzelnen Dinge in sich selbst entdecken lassen. „Ich sehe mich als Sparringspartner. Sei es im allgemeinen Training zur Rhetorik, sei es in der gezielten Vorbereitung auf bestimmte Redesituationen: Glaubwürdigkeit ist das höchste Ziel und diese entsteht in der Authentizität des Redners.“

Corinna Wendt

Nach anderen Tätigkeiten im Immobilienmanagement arbeitete Corinna Wendt ab 2010 als Projektmanagerin für die Inter IKEA Centre Deutschland GmbH in Hofheim-Wallau. 2013 wechselte sie zur IKEA Verwaltungs-GmbH und übernahm dort als Real Project Manager die Verantwortung für die Entwicklung und Realisierung des Projektes IKEA Wuppertal. Schwerpunkte ihrer Aufgabe sind die interne sowie externe Projektkoordination, Begleitung der Baurechtschaffung und der Grunderwerb. Sie beschäftigt sich mit dem Pre-Development eines Standortes, mit der Auseinandersetzung mit möglichen Stakeholdern und einer frühzeitigen Bürgerinformation.

Dennis C. Thom

Anfang 2014 übernahm Dennis C. Thom die Position des Marketingleiters von Borussia Dortmund. Zusammen mit seinem Team verfolgt er das Ziel, „die Marke BVB noch wertvoller zu gestalten und weiterhin die vordersten Plätze in den Herzen der Menschen zu belegen“. Seine Voraussetzungen dafür sind gut. Er ist selbst ein echter Dortmunder. Unter seiner Mitwirkung wurde Borussia Dortmund 2012 als „Beste Sportmarke Deutschlands“ ausgezeichnet. In 2013 trug er maßgeblich zur Kampagne „From Dortmund with Love“ anlässlich des Champions League-Endspiel in London bei.

Boris Grundl

Boris Grundl durchlief eine Blitzkarriere als Führungskraft und gehört als Führungsexperte und mitreißender Kongress-Redner zu Europas Trainerelite. Er ist Management-Trainer, Unternehmer, Autor sowie Inhaber der Grundl Leadership Akademie. Boris Grundl hat die Kunst perfektioniert, sich selbst und andere auf höchstem Niveau zu führen. Seine Referenzen bestätigen die Ausnahmestellung unter den Spitzen-Referenten. Keinem wird eine so hohe Authentizität und Tiefgründigkeit bescheinigt. Er redet Klartext, bleibt dabei stets humorvoll und bringt die Dinge präzise auf den Punkt.

Okavango

Mit Okavango ist in diesem Fall nicht einer der größten Ströme Afrikas gemeint. Okavango liegt auch nicht zwischen Angola, Botswana und Namibia, sondern im Wuppertaler Zoo. Das neue Restaurant wurde Ende Oktober 2014 eingeweiht und ist in Kooperation des Gebäudemanagements der Stadt Wuppertal mit dem Grünen Zoo, dem Zoo-Verein Wuppertal, der Culinaria Catering und dem Unternehmen Proviel entstanden. Das Okavango beeindruckt nicht nur als architektonisches Highlight, sondern auch mit seinem guten gastronomischen Angebot und seiner „tierischen“ Umgebung.

Schloss Lüntenbeck

Jahrhundertlang diente Schloss Lüntenbeck im Wuppertaler Westen als Gutshof und Adelsitz, der zunehmend verfiel. Vor 40 Jahren begann Johannes Dinnebier, den Verfall des historischen Gemäuers aufzuhalten und das Baudenkmal mit viel Liebe und Sorgfalt zu restaurieren. Heute ist dieses Ensemble mit neuem Leben gefüllt. Leuchtenmanufaktur, Fotoatelier, Gitarrenstudio, Bildhauerwerkstatt und Schloss-Gastronomie laden zum Besuch ein. Vielfältige Events und der über die Region hinaus bekannte Weihnachtsmarkt ziehen jährlich immer wieder zahlreiche Gäste an.

IHK Wuppertal Solingen Remscheid

Der historische Sitz der IHK Hauptgeschäftsstelle am Heinrich-Kamp-Platz in Wuppertal bietet mit seinem großen Sitzungssaal ein ganz besonderes Ambiente für die Veranstaltung mit dem neuen IHK Präsidenten Thomas Meyer. In dem holzgetäfelten Raum erinnern die Porträts aller vorangegangenen IHK Präsidenten an die durchaus beeindruckende Vergangenheit des Kammerbezirks. Doch wichtig ist hier der Blick in die Zukunft, die für unsere Region im gemeinsamen Handeln der drei Städte Remscheid, Solingen und Wuppertal liegt.

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG

Im Februar 2015 wird der Marketing Club Bergisch Land wieder einmal in einem Familienunternehmen zu Gast sein, bei der Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG in Solingen. Auch für die inzwischen dritte Generation der Firmenleitung ist Mode mit Qualität und Liebe zum Detail zur Leidenschaft geworden.

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

Sonderversammlungen 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.



Clubprofil & Jahresprogramm 2015

Region als Wirtschaftsfaktor



Liebe Clubfreunde,
sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem Jahresprogramm 2015 des Marketing Club Bergisch Land hoffen wir Ihnen wieder zehn informative und für Ihren beruflichen Alltag anregende Veranstaltungen bieten zu können. Den Themenschwerpunkt bildet 2015 unsere Region, das Bergische Städtedreieck. Eine Region, die gleichermaßen geprägt ist von Tradition und Innovation, an deren Erfolg auch Sie oft ursächlich beteiligt sind.

Ein weiteres Augenmerk möchte ich auf unsere jungen Mitglieder, die JuMPs legen. Denn ohne qualifizierten Nachwuchs gibt es keine Zukunft. Auch nicht im Marketing. Isabel Sandrock, Jennifer Stickel, Fabian Kehrenberg und Nils von der Crone als Kernteam der JuMPs haben speziell für die Junioren vier eigene Programmpunkte zusammengestellt und organisieren für uns alle das Marketing Open am 19. Juni.

Ich freue mich darauf, mich wieder mit Ihnen bei unseren Veranstaltungen über die abwechslungsreichen Inhalte und Referenten austauschen zu können.

Mit den besten Wünschen,
Ihr Clubpräsident
Erich Giese

Die Region mit der Ganzheitlichkeit ihrer Stärken und Eigenarten ist die Grundlage unseres wirtschaftlichen Erfolges. Doch nicht nur Global Player und Hidden Champions bestimmen den Standort. Kulturelle Vielfalt, landschaftliche Attraktivität, hervorragende Bildungsmöglichkeiten und Freizeitqualität akquirieren und binden die unverzichtbaren Fachkräfte. Es geht um Menschen sowie um die Schaffung und Stärkung regionaler Identitäten. Und letztlich geht es auch um „Heimat“. Wo fühle ich mich zuhause? Wo ist mein Lebensmittelpunkt? Wo lohnt sich mein Engagement? Nicht nur ihre Innovationen und wirtschaftliche Produktivität wirken über eine Region hinaus, sondern neben den unabdingbaren Wertschöpfungsspekten für Investitionen weltweit agierender Unternehmen machen sie auch die weichen Standortfaktoren interessant.

Dr. Bert Hentschel von Walbusch, Corinna Wendt vom Weltmarktführer IKEA, der Marketingleiter des BVB Dennis C. Thom, IHK Präsident und Unternehmer Thomas Meyer sowie Volker Mehl als ayurvedischer Koch mit regionalen Produkten werden uns unsere Region unter neuen Gesichtspunkten betrachten lassen. Die Bergische Universität wird von Jochen Stiebel als Wachstumsmotor vorgestellt und Prof. Wolfgang Goetzke berichtet vom Medizintourismus. René Borbonus als Kommunikations- und Boris Grundl als Managementtrainer werden uns persönlich motivieren.

Petra aus dem Siepen

Jahresprogramm 2015



24. Februar 2015
18.30 Uhr
Mey & Edlich – Alte Marke neu interpretiert
Referent:
Dr. Bert Hentschel,
Geschäftsführer
Walbusch Walter Busch
GmbH & Co. KG
Ort:
Walbusch Walter Busch
GmbH & Co. KG,
Solingen



23. April 2015
18.30 Uhr
Medizintourismus entlang der Rheinschiene
Referent:
Prof. Dr. Wolfgang
Goetzke,
Hochschule Fresenius
Köln
Ort:
radprax Solingen



19. Juni 2015
18.30 Uhr
Marketing Open: Business-Speed-Dating und Summer Lounge
Organisation:
JumPs, Marketing Club
Bergisch Land
Ort:
Schloss Lüntenbeck



24. September 2015
18.30 Uhr
In guten wie in schlechten Zeiten – Echte Liebe hält!
Referent:
Dennis C. Thom,
Leiter Marketing Borussia Dortmund BVB 09
Ort:
N. N.



19. November 2015
18.30 Uhr
Leading Simple® – Führen kann so einfach sein
Referent:
Boris Grundl,
Managementtrainer,
Autor und Inhaber der
Grundl Leadership
Akademie
Ort:
Rossini, Historische
Stadthalle Wuppertal

28. Januar 2015
17.00 Uhr
Mitgliederversammlung mit Wahlen von Vorstand und Beirat
18.30 Uhr
Respekt! Ansehen gewinnen bei Freund und Feind
Referent:
René Borbonus,
Kommunikationstrainer,
Coach und Buchautor
und Gründer Communico
GmbH
Ort: Forum Stadtpark
Wuppertal



19. März 2015
18.30 Uhr
Was zieht IKEA ins Bergische Land?
Referent:
Corinna Wendt,
Real Estate Project
Manager IKEA
Verwaltungs-GmbH
Ort:
N. N.



21. Mai 2015
18.30 Uhr
Back to the Wurzeln
Referent:
Volker Mehl,
Ayurveda-Koch und
Kochbuchautor
Ort:
Okavango, Gastronomie
im Zoo Wuppertal



25. August 2015
18.30 Uhr
Nur gemeinsam sind wir stark – Der Wirtschaftsstandort Bergisches Städtedreieck
Referent:
Thomas Meyer,
Präsident der IHK
Wuppertal Solingen
Remscheid
Ort:
IHK Wuppertal Solingen
Remscheid



29. Oktober 2015
18.30 Uhr
Wirtschaft trifft Wissenschaft – Bergische Universität als Wachstumsmotor für die Region
Referenten:
Jochen Stiebel,
Geschäftsführer Neue
Effizienz
Ort:
Bergische Universität



Junior Marketing Professionals (JuMPs)

Das aktive Netzwerk der JuMPs dient der Integration von Führungsnachwuchskräften aus Marketing und Vertrieb in den Marketing Club Bergisch Land. Neben einem persönlichen sowie fachlichen Miteinander auf regionaler und nationaler Plattform bietet die JuMP-Community ein breites Angebot an Weiterbildungs- und Austauschmöglichkeiten und verschafft einen Wissensvorsprung und wertvolle Kontakte innerhalb des Hauptclubs.

Neben Stammtischen und Business-Speed-Datings erfreut sich vor allem die Reihe „Besondere Orte, besondere Gespräche“ großer Beliebtheit: Unverblümt – Ehrlich – Authentisch. Im Format „Besondere Orte, besondere Gespräche“ geht es um Erfolg, aber auch um das Scheitern. Wir lernen gemeinsam aus der langjährigen Erfahrung gestandener Marketingpersönlichkeiten. Im kleinen Kreis, besonderer Atmosphäre und vor allen Dingen im Austausch miteinander.

JuMP-Programm 2015

11. Februar 2015 Besondere Orte, besondere Gespräche (BOBG)

Gesprächspartner:
Ralf Schneider, Bayer Healthcare AG
Thema:
Marketing- und Führungskompetenz
Interaktiver Workshop zum Thema
Talenterwicklung und Rekrutierung
am Beispiel der Bayer AG
Ort:
Romantik Hotel Gravenberg

17. März 2015 Nationaler JuMP-Day

29. April 2015
Stammtisch
(ggf. unter dem Studienthema des Deutschen Marketingverbands)

19. Juni 2015
Marketing Open mit dem Hauptclub: Business-Speed-Dating und Summer Lounge
Ort:
Schloss Lüntenbeck

9. September 2015
Besondere Orte, besondere Gespräche (BOBG)
Gesprächspartner: N.N.
Ort: N.N.

JuMP-Kernteam des
Marketing Club Bergisch Land:
Isabel Sandrock, Jennifer Stickel,
Fabian Kehrenberg, Nils von der
Crone