



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



# **Clubprofil & Jahresprogramm 2016**

# Deutschland digital – neue Aufgaben für das Marketing



Liebe Clubfreunde, sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem Jahresprogramm 2016 des Marketing Club Bergisch Land haben wir für Sie neun Veranstaltungen zum viel diskutierten Thema „Deutschland digital“ zusammengestellt. Wie können wir in unseren Unternehmen und im Marketing mit den Aufgaben der rasant fortschreitenden Digitalisierung umgehen? Wie schaffen wir es, unter diesen Bedingungen auch zukünftig im Markt bestehen zu können? Hierzu werden uns die Referenten aus den unterschiedlichsten Bereichen sicher wertvolle Anregungen geben. Im Februar gibt es mit der Koblenzer Brauerei einen kurzen Rückblick in das Thema des Vorjahres.

Für das Marketing Open am 25. August ist wieder das Kernteam der JuMP's verantwortlich, für das gesamte Programm wie auch in den letzten Jahren Silke Asbeck und Petra aus dem Siepen mit tatkräftiger Unterstützung von Antje Lieser und Fabian Kehrenberg.

Ich freue mich auf einen intensiven Austausch mit Ihnen!

Mit den besten Wünschen,  
Ihr Clubpräsident  
Erich Giese

Auf dem 9. Nationalen IT Gipfel der Bundesregierung im November 2015 betonte Mittelstandspräsident Ohoven, es sei nicht hinnehmbar, dass Deutschland momentan im internationalen Standortindex für die digitale Wirtschaft nur im Mittelfeld rangiere. Was also kann den Mittelstand auf dem offenbar langen Weg zur Industrie 4.0 beschleunigen, um zukunftsfähig zu bleiben? Ein Mut machendes Beispiel gibt Dr. Andreas Groß mit der Berger-Gruppe GmbH, für die Industrie 4.0 schon lange Alltag ist. Auch die Entwicklung des „Digitalen Navigators Bergisches Land“ von Alexander Preiß und Keith Alan Koster bietet Unterstützung.

Der Diskussion um Industrie 4.0 folgt zwangsläufig die Frage nach Arbeit 4.0. Denn es geht nicht nur um optimalen Absatz, sondern auch um Menschen. Hierzu werden Guido Grüning und Achim Vanselow vom DGB berichten.

Beim Gang durch die Welten von Virtual Reality, Augmented Reality und Mixed Reality, bei Suchmaschinenoptimierungen, Online-Handel und dem Wettstreit um das digitale Portemonnaie stellt sich immer wieder das Problem der Datensicherheit. Hierfür werden dringend Lösungen gebraucht. Doch es bleibt auch die Auseinandersetzung mit den analogen Gegenbewegungen zur digitalen Welt. Diese Nische wird im Ikea Katalog 2016 beworben „Je digitaler alles wird, desto mehr sehnen wir uns nach Dingen, die uns wirklich berühren.“.

Petra aus dem Siepen

# Referenten und Orte

## **Theresa Schleicher**

Als Zukunftsreferentin und strategische Beraterin ist Theresa Schleicher seit 2009 in der Werbung tätig und berät unterschiedliche Kunden von Automobilherstellern bis zu bekannten FMCG-Konzernen im Bereich innovativer Marken- und digitaler Kommunikationsstrategien. Ihre Leidenschaft ist es, zu einer aktiven Innovationskultur in Unternehmen beizutragen, aus diesem Grund ist Theresa Schleicher seit 2010 auch Trendscout. Stetig auf der Suche nach aktuellen weltweiten Trends und innovativen Konzepten, lässt sie diese als konkrete Beispiele in ihre Präsentationen einfließen. In ihren Vorträgen beschäftigt sie sich mit den Megatrends und deren Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft.

## **Dr. Andreas Groß**

Zusammen mit Marco Chiesura ist Dr. Andreas Groß seit 2001 Geschäftsführender Gesellschafter der Berger-Gruppe GmbH in Wuppertal und in der Kategorie Unternehmen des Jahres Preisträger des Wuppertaler Wirtschaftspreises 2015. Zu Beginn seiner beruflichen Laufbahn war er Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Laboratorium für Hochspannungstechnik der Bergischen Universität GH Wuppertal. Darauf folgten eine Lehrtätigkeit und die Promotion. Als Technischer Leiter der Heinz Berger Maschinenfabrik GmbH & Co. KG forcierte er von 1996 bis 2001 die Entwicklung, Konstruktion und Fertigung von CNC-gesteuerten Schleif- und Poliermaschinen und leitete den Aufbau einer Entwicklungsabteilung zur Integration von Roboterapplikationen.

## **Guido Grüning**

Als Vorsitzender des DGB Stadtverbands Wuppertal in der DGB Region Düsseldorf - Bergisch Land ist Guido Grüning wesentlich im Bereich Arbeitsmarkt-, Gesundheits- und Berufsbildungspolitik tätig. Er ist alternierender Vorsitzender des Berufsbildungsausschusses der IHK Wuppertal-Remscheid-Solingen, des Verwaltungsausschusses der Arbeitsagentur Solingen-Wuppertal sowie des Regionalbeirates der AOK Wuppertal. Seit Juni 2010 ist Guido Grüning auch Mitglied im Rat der Stadt Wuppertal. 2011 wurde er zum Vorsitzenden des DGB Stadtverbands Wuppertal gewählt.

## **Achim Vanselow**

Seit 2011 leitet Achim Vanselow die Abteilung Wirtschafts-, Struktur- und Technologiepolitik im DGB Bezirk NRW. Er ist Mitglied des Mittelstandsbeirates NRW, Vorstandsmitglied der Technologieberatungsstelle beim DGB NRW e.V. und des Klima.Diskurs.NRW e.V. Von 1993 bis 2006 arbeitete Achim Vanselow am Institut für Arbeit und Technik im Wissenschaftszentrum Nordrhein-Westfalen. Daran schloss sich von 2007 bis 2010 eine Forschungstätigkeit am Institut Arbeit und Qualifikation an der Universität Duisburg-Essen an. Forschungsgebiete waren u. a. Arbeitsmarktpolitik, Industriepolitik und gewerkschaftliche Modernisierung.

## **Eventum**

Das Eventum bildet als stimmungsvoller Veranstaltungsort im ehemaligen Konzertsaal der Musikfachhochschule an der Friedrich-Ebert-Straße den richtigen Rahmen für die Auftaktveranstaltung im Januar. In der für Wuppertal typischen, neu gestalteten Hinterhofkulisse liegt der mit moderner Technik ausgestattete Saal direkt am Fluss.

## **Bootshaus**

Da Wuppertal nicht als Hafenstadt bekannt ist, mag man sich über die Bezeichnung Bootshaus wundern. Doch das Bootshaus diente tatsächlich als Werft - für ein einziges Luftkissenboot! Heute findet man hier einen stilvollen Ort zum Feiern, Tagen und für Firmenevents.

## **OPERA**

Das Coaching- und Vermittlungszentrum des Jobcenters in Wuppertal-Oberbarmen ist in der ehemaligen Maschinenhalle der Luhnsfabrik angesiedelt und bietet in hellen und modern eingerichteten Räumen ein erweitertes Angebot für Arbeitsuchende. Welcher Ort könnte für das Thema „Arbeit 4.0“ passender sein?

## **Rex-Filmtheater**

Nach einer mehr als hundertjährigen Geschichte vom Hotel-Restaurant „Im Salamander“ 1887, über die Zeit als erstes Varieté in Wuppertal bis zum Filmtheater in den 1930ziger Jahren ist das Rex nach seiner jüngsten Renovierung zwar nicht das größte, aber sicher das schönste Kino der Stadt. Hier sehen wir die Cannes-Rolle mit den besten Werbefilmen 2015.

## **Heinz Berger Maschinenfabrik und Vorwerk**

Im April und im Oktober ist der Marketing Club wieder einmal in Wuppertaler Unternehmen zu Gast. Diese großzügigen Einladungen „an den Ort des Geschehens“ ermöglichen immer einen konkreteren Bezug zu den Referenten und ihren Vorträgen.

# Jahres- programm 2016



**18. Februar 2016**

18.30 Uhr

**Koblenzer Pils – mit Regionalität  
in einem rückläufigen Markt  
zum Erfolg**

Dr. Hans-Achim Daschmann  
Leitung Koblenzer Brauerei GmbH

Ort: Bootshaus, Wuppertal

**28. Januar 2016**

18.30 Uhr

**Me-Märkte – Marke und Marketing in  
Zeiten der Konnektivität**

Theresa Schleicher  
Strategische Beraterin und  
Trendforscherin  
zukunftsInstitut

Ort: Eventum, Wuppertal





**21. April 2016**

18.30 Uhr

**Industrie 4.0**

Dr. Andreas Groß  
Geschäftsführer Berger-Gruppe GmbH  
Hochschule Fresenius Köln

Ort: Heinz Berger Maschinenfabrik  
GmbH & Co. KG, Wuppertal

**17. März 2016**

18.30 Uhr

**Die Bedeutung von Google im  
Kaufprozess. Welche Rollen spielen  
Suchmaschinen?**

Sachin Sundri  
Head of Operations, Fairrank GmbH

Erik Kraiczy  
Sales Consultant, Fairrank GmbH

Ort: wird noch bekannt gegeben

**19. Mai 2016**

18.30 Uhr

**Digital Storytelling –  
Out of Home Medien 3.0**

Peter Kükenshöner  
Geschäftsführer  
Ströer Deutsche Städte  
Medien GmbH

Ort: Rossini, Historische  
Stadthalle Wuppertal





**23. Juni 2016**

18.30 Uhr

**Arbeit 4.0**

Achim Vanselow

Leiter Abt. Wirtschafts- und Strukturpolitik/Umwelt-,  
Verkehrs- und Technologiepolitik DGB NRW

Guido Grüning

Vorsitzender DGB-Stadtverband Wuppertal

Ort: OPERA, Wuppertal

**25. August 2016**

18.30 Uhr

**Speed-Dating und  
Cannes-Rolle 2015**

Ort: Rex-Filmtheater,  
Wuppertal



**WEISCHER.MEDIA**



**22. September 2016**

18.30 Uhr

**Digitaler Navigator Bergisches Land**

Keith Alan Koster  
Geschäftsführer Generationdesign GmbH

Alexander Preiß  
Geschäftsführer Preiß-Forschung

Ort: Villa Media, Wuppertal



**24. November 2016**

18.30 Uhr

**Ganzheitliches  
Marketing als  
Erfolgsfaktor in der  
Unternehmensführung**

Tanja Brinks  
Director Group  
Marketing Vaillant  
GmbH & Co. KG

Ort: wird noch bekannt  
gegeben

**25. Oktober 2016**

18.30 Uhr

**Vorwerk: Transforming Direct Selling –  
ein Traditionsgeschäft erfindet sich neu.**

Felix Withöft  
Leiter Marketing  
Vorwerk Deutschland Stiftung & Co. KG

Ort: Vorwerk, Wuppertal



# 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 2016: Save the date**

- 23. 02. Stammtisch**
- 26. 04. Besondere Orte, besondere Gespräche (BOBG)**
- 29. 04. Stammtisch**
- 14. 06. Nationaler JuMP-Day 2016**
- 25. 08. Speed-Dating und Marketing Open mit dem Hauptclub**
- 30. 08. Besondere Orte, besondere Gespräche (BOBG)**
- 08. 11. Stammtisch**

JuMP-Kernteam des Marketing Club Bergisch Land:

Isabel Sandrock, Fabian Kehrenberg, Pia Müller

# 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](http://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

Dr. Andreas Kletzander, Geschäftsführer

Silke Asbeck, Programm

Norbert Brenken, Finanzen

Jennifer Stoschek, 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

Stefan Heinz

Jürgen Knorr

Andreas Martin

Bodo Middeldorf

Horst Rogusch

Isabel Sandrock (JuMP)

Petra aus dem Siepen

## **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 2016**

dialoop



*Freistil*  
Fotografie

ILLIGEN  
WOLF  
PARTNER

