



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

**Clubprofil &
Jahresprogramm
2017**

Marketing-Mix reloaded – Marketing quo vadis?



Liebe Clubfreunde, sehr geehrte Damen und Herren,

das Jahresprogramm 2017 des Marketing Club Bergisch Land wird inspirierende Markenentwicklungen von herausragenden Unternehmen aufzeigen. Wir wollen uns dabei mit der breiten Palette des Marketing Mix auseinandersetzen und von guten Beispielen lernen. Die dahinter stehenden Unternehmen decken dabei die gesamte Bandbreite von Start-Ups wie Remscheider Bräu bis hin zu alteingesessenen „Schwergewichten“ wie Continental Reifen ab. Sie alle müssen sich mit innovativen Marketingstrategien in ihren Branchen behaupten und wir dürfen erleben, wie sie dies tun.

Einen besonderen Clubabend beschert uns sicherlich wieder das Marketing Open, diesmal in der Form eines Barcamps. Damit geht unser Club auch neue Wege in den Veranstaltungsformaten.

Für das gesamte Programm ist zum ersten Mal unser neues Vorstandsmitglied Jochen Stiebel verantwortlich, der auf tatkräftige Unterstützung von Prof. Dr. Tobias Langner, Fabian Kehrenberg und Sigrid Kohl setzen durfte.

Mit den besten Wünschen
Ihr Clubpräsident
Erich Giese

Liebe aktuellen und zukünftigen Clubfreunde,

als neuer Programmvorstand unseres Marketingclubs möchte ich zu allererst meinen Vorgängerinnen und Vorgängern danken. Allen voran Silke Asbeck, die gemeinsam mit Petra aus dem Siepen diese Funktion in den letzten Jahren hervorragend ausgefüllt haben und uns allen spannende Abende beschert haben. Es war immer für jeden etwas dabei, auch wenn einem nicht jeder Abend gefallen musste. So wird es auch in Zukunft bleiben.

Zu den Aufgaben des Programmvorstands gehört es ebenfalls, Rückmeldungen von Veranstaltungen entgegen zu nehmen. Gerade aus dem Marketing wissen wir aber auch, dass unser Produkt, unsere Marke oder unsere Werbung nicht jedem gefallen muss. Aber wir sollten uns dieser Feedbacks annehmen, um eine tragfähige Marke weiter aufbauen zu können.

Daher möchte ich gern ab Sommer eine neue Kultur der Feedbacks vergangener Veranstaltungen einführen, die auch Vorschlägen für neue Veranstaltungen Raum gibt. Wir nutzen unser Jahresmotto „Marketing (Club) – quo vadis“ also auch für eine Frage nach dem eigenen Weg. Warum erst ab Sommer? Geben Sie doch den Vortragenden und Orten erst einmal Zeit, auf Sie zu wirken.

Machen Sie mit und seien Sie aktiver Teil unseres Clubs!

Mit den besten Grüßen
Ihr und Euer Jochen Stiebel

Jahres- programm 2017



09. Februar 2017

18.30 Uhr

**Von lila Kühen und roten Bohrern:
In sieben Schritten zur starken Marke**

Prof. Dr. Tobias Langner
Bergische Universität Wuppertal

Ort: Bibliothek der Bergischen Universität
Wuppertal, Wuppertal

19. Januar 2017

18.30 Uhr

**Die STAR TREK Physik: Warum die
Enterprise nur 158 Kilo wiegt und andere
galaktische Erkenntnisse**

Prof. Dr. Metin Tolan
Professor für Experimentelle Physik,
TU Dortmund

Ort: Sternwarte Schulzentrum Süd,
Wuppertal





27. April 2017

18.30 Uhr

**Unternehmerische Werte als
Markengrundlage**

Holger Danneberg
Geschäftsleitung Werkhaus
Design+Produktion GmbH

Ort: GRÖLLE pass:projects, Wuppertal

23. März 2017

18.30 Uhr

**Made for minds -
Globales Marketing für eine traditionsreiche
Medienmarke aus Deutschland**

Johannes Löbner
Head of Brand Management Marketing
Philipp Schäfer
Director of Marketing, DW - Deutsche Welle

Ort: wird noch bekannt gegeben

18. Mai 2017

18.30 Uhr

**Seit vier Generationen
keine Kompromisse**

Dr.-Ing. Karl-Peter Born
Geschäftsführer Franz Güde
GmbH
&
N.N.

Ort: Franz Güde GmbH,
Solingen





22. Juni 2017

18.30 Uhr

Remscheider Bräu im Unternehmerdschungel

Baran Dogan und Marc Rürger
Geschäftsführung Remscheider Bräu

Ort: Remscheider Bräu, Remscheid

31. August 2017

18.30 Uhr

**GetYourGrip.com –
wie adidas Schuhe und Continental Reifen
den Grip neu erfinden**

Kai Rühling
Senior PR Consultant & Content Management
Continental Aktiengesellschaft

Ort: Utopiastadt - Mirker Bahnhof, Wuppertal



Marketing-Open BARCAMP



28. September 2017

18.30 Uhr

Marketing Mix Barcamp

Moderation:
Fabian Kehrenberg und Jochen Stiebel

Ort: wird noch bekannt gegeben

23. November 2017

18.30 Uhr

Parkett in seiner schönsten Form

Frank Dietrich
Geschäftsführer Parkett
Dietrich GmbH & Co. KG

Ort: Parkett Dietrich

05. Oktober 2017

18.30 Uhr

Digitale Erlösmodelle eines regionalen Medienhauses – Westdeutsche Zeitung

Jochen Eichelmann
Geschäftsführer WZ Media GmbH

Ort: WZ Verlagshaus, 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 2017: Save the date

- 11.-13. 05. Nationale Junioren-Tagung 2017 in Bielefeld**
- 21. 07. Besondere Orte, besondere Gespräche (BOBG)**
- 08.-10. 09. Nationales JuMP Camp 2017 in Frankfurt**
- 28. 09. Barcamp und Marketing Open mit dem Hauptclub**
- 07. 12. Weihnachtlicher Kochkurs**

Referenten und Orte

Utopiastadt - Mirker Bahnhof

Utopiastadt ist ein kreativer Cluster.

Utopiastadt ist ein Ort der Begegnung.

Utopiastadt ist die Verkörperung eines urbanen Wandels.

Utopiastadt ist ein zentraler Punkt der Nordbahntrasse.

Utopiastadt ist Stadtgarten, Fahrradverleih und Reparaturwerkstatt.

Utopiastadt ist reales Forschungslabor.

Utopiastadt ist – Leben.

Remscheider Bräu

Moment mal – Bier aus Remscheid? Sind denn nicht Bremme, Wicküler, Küppers und wie sie alle hießen aus gutem Grund in den 1980er-Jahren in unserer Region ausgestorben? Wer bitte kommt auf die Idee, in einem hart umkämpften nationalen und internationalen Markt wieder ein regionales Produkt einführen zu wollen?

„bergisch.würzig.lecker.“ – das ist das Produktversprechen, dem man zwischen Moderne und Tradition, zwischen Sudkessel und Werkzeug im Brauhaus in der Bismarckstraße in Remscheid auf den Z(apfh)ahn fühlen kann. Wir freuen uns auf ein besonderes Ambiente und ein einzigartiges Produkt! Wohl bekommt's.

Barcamp

Wer sich bei dem Begriff „Barcamp“ auf den zweiten chilligen Bier-Abend des Marketing Clubs freut, hat sich leider zu früh gefreut! Mit dem Begriff „Bar“ werden in der Informatik Platzhalter bezeichnet. Es geht also auf dem „Camp“ um etwas, das noch nicht feststeht. Wir werden alle Clubmitglieder rechtzeitig darum bitten, eigene Ideen oder Fragestellungen zu erarbeiten, die mit den Bausteinen des Marketing Mix zu tun haben. Diese Themen werden dann in Kleingruppen diskutiert und erarbeitet, die Ergebnisse im Anschluss in Form einer Vernissage letztlich vorgestellt.

Lassen Sie sich überraschen, es wird sicherlich ein geselliger und informativer Abend, den die JuMPs mit dem Hauptclub gemeinsam gestalten.

Jahresprogramm

Marketing-Mix reloaded: Veränderte Rahmenbedingungen erfordern neue Lösungen

Rasant beschleunigte und hochgradig gesättigte Märkte prägen unsere Zeit. Gering involvierte Digital Natives mit ihren veränderten Bedürfnissen, zunehmend austauschbare Angebote und eine dramatisch abnehmende Kommunikationseffizienz entwickeln sich zu immer größeren Herausforderungen für das Marketing. Es wird zusehends schwieriger, Kunden unter diesen Bedingungen zu erreichen und an Marken zu binden. Das gilt für B2B- und B2C-Märkte gleichermaßen.

Markterfolg durch innovative Marketing-Mix-Lösungen

Um im heutigen Wettbewerb bestehen zu können, müssen Unternehmen effektive Lösungen für ihren Marketing-Mix entwickeln. Hierzu möchte das Programm 2017 einen Beitrag leisten. Im Fokus stehen deshalb der Marketing-Mix und sein strategisches Fundament. Renommierte Praktiker und Forscher geben Einblicke in den State-of-the-Art des modernen Marketings. Getreu der Idee des lebenslangen Lernens ist es das Ziel, an den Vortragsabenden innovatives und wirkungsvolles Wissen für den Unternehmensalltag zu vermitteln.

Programm 2017: Von der Strategie zur Umsetzung

Wir starten in das Jahr 2017 mit dem Ausgangspunkt aller Marketingüberlegungen, dem Thema Marke. Innovationen und bewährte Zugänge zur Ableitung der Markenstrategie werden Gegenstand der ersten Clubabende sein. Danach widmen wir uns im Verlauf der Veranstaltungsreihe jeweils einem der Marketing-Mix-Instrumente. Die jüngsten Entwicklungen beim Management von Preisen (z.B. Dynamic Pricing), Produkten sowie Dienstleistungen (z.B. Schaffung von Begeisterungspunkten), Vertriebswegen (z.B. Multi-Channel-Management) und Kommunikation (z.B. Content Marketing) werden im Zentrum unserer Clubabende stehen.

Prof. Dr. Tobias Langner

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 2017

diaLoop



Freistil
Fotografie

**ILLIGEN
WOLF
PARTNER**

Ley & Wiegandt
Druckhaus Ley & Wiegandt GmbH & Co.