



MARKETING-CLUB
BERGISCH LAND E.V.



Clubprofil & Jahresprogramm

2007

Marketing-Club Bergisch Land e.V. – Treffpunkt für spannende Themen und interessante Menschen

Nach der Gründung 1978 hat sich der Marketing-Club Bergisch-Land sehr schnell zu einem wichtigen Forum für Fach- und Führungskräfte des Bergischen Landes entwickelt.

Für die Marketing-Professionals steht der intensive, branchenübergreifende Erfahrungsaustausch sowie die praxisorientierte Weiterbildung in Marketing- und Managementfragen im Vordergrund.

An den monatlichen Clubabenden findet ein reger Austausch über Märkte, Strategien und Trends von morgen statt. Es gibt Vorträge, Diskussionsforen und interaktive Veranstaltungen rund ums Marketing. Darüber hinaus versteht sich der Club als aktives Netzwerk, in dem neue Kontakte geknüpft und bestehende vertieft werden. Bei dem gemeinsamen Imbiss an den Clubabenden hat man die Gelegenheit, einander kennenzulernen und sich auszutauschen.



Das Herzstück unseres Clubs ist das Programm. Wir haben Mitglieder befragt, was sie interessiert, wie sie sich selber einbringen können und was wir tun können, um unsere Veranstaltungen noch professioneller und innovativer zu gestalten.

Das Ergebnis: Wir werden im wahrsten Sinne des Wortes in Bewegung kommen:

Spannende Ortswechsel sorgen für neue Perspektiven und Einblicke. Veränderte Veranstaltungsformate, die wir step-by-step entwickeln werden, sollen durch zusätzliche Präsentationen, Diskussionen und interaktive Beiträge für mehr Leben sorgen.

Für unsere Mitglieder haben wir uns viel vorgenommen, mit unseren Mitgliedern können wir viel erreichen. Machen Sie mit!

Wir freuen uns auf ein spannendes Clubjahr 2007. Falls Sie mehr über uns erfahren möchten, informieren Sie sich unter www.mc-bl.de oder besuchen Sie uns an einem Clubabend.

- 18. Januar**
18.00 Uhr
Mitgliederversammlung
Neuwahlen Vorstand/Beirat
- 18. Januar**
19.00 Uhr
Golfhotel Juliana
Wuppertal
Unternehmens-Marketing
Was machen die Besten anders?
Prof. Dr. Claudius A. Schmitz,
Fachhochschule Gelsenkirchen
- 22. Februar**
18.30 Uhr
Fa. Schmersal
Wuppertal
Unternehmens-Marketing
Strategie global,
Krisenmanagement lokal
Heinz Schmersal, Geschäftsführer
Schmersal-Gruppe, Wuppertal
- 15. März**
18.30 Uhr
Stadion am Zoo
VIP-Lounge
Wuppertal
Sport-Marketing
Marke WSV? Gut für Wuppertal.
Dirk Polenik, Marketingleiter
WSV, Wuppertal

Wissenschafts-Marketing

**Bildung & Wirtschaft:
Das Reißverschluss-System**
Prof. Dr. Kerstin Schneider,
Universität Wuppertal

19. April
18.30 Uhr
Forum
Produktdesign
Solingen

Unternehmens-Marketing

**Der Konsument zwischen
wahrscheinlich und vielleicht..**
Fred Otto, AC Nielsen, Frankfurt

24. Mai
18.30 Uhr
voraussichtlich
Stadtsparkasse
Wuppertal

Club-Marketing

Marketing Open – offen für Alles!

(das Thema wird rechtzeitig bekannt gegeben)

21. Juni
18.30 Uhr
Concordia
Club-Lounge
Wuppertal

- 16. August**
N.N.
an der Trasse
- Bürger-Marketing*
Nordbahntrasse – Bürger bewegen Wuppertal
Dr. Carsten Gerhardt, Wuppertalbewegung
- 4. September**
18.00 Uhr
Fa. Gedore,
Remscheid
- Unternehmens-Marketing*
Gedore: Stark durch „Made in Germany“
Volker Einbeck, Geschäftsführer
GEDORE-Gruppe, Remscheid
- 18. Oktober**
18.30 Uhr
Pressehaus
Wuppertal
- Verlags-Marketing*
Marketing des Verlags W. Giradet
Frank Reiners,
Sprecher der Geschäftsführung
- 15. November**
18.30 Uhr
Von der Heydt-
Museum
Wuppertal
- Kultur-Marketing*
Kunst „in motion“
Dr. Gerhard Finckh, Museumsdirektor
Von der Heydt-Museum, Wuppertal

Liebe Clubfreunde,
verehrte Gäste,

in 2007 ist auch der Club „in motion“, d.h. die Club-
abende finden in wechselnden Locations statt. Damit
wir die Veranstaltungen optimal organisieren können,
benötigen wir die genauen Teilnehmerzahlen.

**Wir bitten Sie daher, sich zu jeder Veranstaltung
anzumelden, was auch noch kurzfristig erfolgen
kann.**

Danke für Ihre Unterstützung.

Der Vorstand

Programmänderungen vorbehalten!

- 1
Erfahrungsaustausch**

Der Marketing-Club ist in unserer Wirtschaftsregion ein Zentrum für Fortbildung und Erfahrungsaustausch für alle marktbezogenen Fragen und Probleme auf qualitativ hohem Niveau.
- 2
Interessante Gesprächspartner**

Mitglieder unseres Marketing-Clubs sind Unternehmer, Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer, Marketingdirektoren, Vertriebsdirektoren, Verkaufsleiter, leitende Mitarbeiter von Unternehmensberatungen, Werbeagenturen und Marktforschungsunternehmen.
- 3
Austausch von Fachwissen**

Den Mitgliedern bieten wir an Clubabenden die Gelegenheit, sich qualifiziert fortzubilden und mit gleichgesinnten Berufskollegen wertneutral und branchenübergreifend Marketingprobleme zu besprechen. Sie profitieren bei Vorträgen, Diskussionen und Seminaren von dem reichhaltigen Clubprogramm, das Theorie und Praxis verbindet.
- 4
Marketing „vor Ort“**

Mitglieder können exklusiv einen Blick „hinter die Kulissen“ von Mitgliedsunternehmen werfen und „vor Ort“ mit den Marketing-Verantwortlichen diskutieren.
- 5
Spannende Locations**

Wir schaffen Erlebnisse und Anregung, in dem wir unsere Clubabende an wechselnden, z.T. ungewöhnlichen Orten organisieren.
- 6
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 auf aktuelle Themen ausgerichtet und verbindet Theorie und Praxis.

Der jährlich vom deutschen Marketing-Verband verliehene Deutsche Marketing Preis wird in einer gemeinsamen Veranstaltung mit den Nachbarclubs Düsseldorf, Essen und Bochum präsentiert.

Im Clubbeitrag sind die besonders günstigen Abonnementgebühren für die deutsche Marketing-Fachzeitschrift enthalten.

Der Jahresbeitrag unseres Clubs beträgt derzeit € 250,- und für Junioren € 125,-. Er beinhaltet zahlreiche Fortbildungsabende mit qualifizierten Referenten und den Bezug der Absatzwirtschaft. Der Clubbeitrag ist steuerlich absetzbar.

Unser Club hält enge Kontakte zu Hochschulen und Professoren der Marketing-Fakultäten unserer Einzugsbereiche.

In Deutschland gibt es derzeit 64 Marketing-Clubs. Jedes Mitglied ist zur Teilnahme an Veranstaltungen aller übrigen Clubs per Ausweis berechtigt. Die Veranstaltungstermine aller Clubs werden regelmäßig in der Absatzwirtschaft veröffentlicht.

Über die Mitgliedschaft unseres Verbandes in der European Marketing-Confederation steht den Mitgliedern über die Geschäftsstelle Düsseldorf der Kontakt zu den Mitgliedern in Europa offen.

**7
Präsentation des
Deutschen Marketing-
Preisträgers**

**8
Fachzeitschrift
Absatzwirtschaft**

**9
Günstiges Preis-
Leistungsverhältnis
des Jahresbeitrages**

**10
Kontakt zu Hoch-
schulen**

**11
Mitglied in 64 Clubs**

**12
Deutscher Marketing
Verband als Dach-
organisation**

Organe des Marketing-Clubs Bergisch Land e.V.**Der Vorstand:**

Knut Aretz, Präsident

Dr. Andreas Kletzander, Geschäftsführer

Doris Andernach-Schröder, Programm/PR

Norbert Brenken, Finanzen

Peter Knöll, Marketing

Dieter Lübcke, Ehrenpräsident

Der Beirat:

Joachim Beck

Josef Beutelmann

Anke Bellingen

Heiko Harms

Horst W. Rogusch

Werner Ruthmann

Petra aus dem Siepen

Geschäftsstelle:

Ulrike Cornelius

Wildsteig 24a

42113 Wuppertal

Fon: 0202 / 7 24 00 37

Fax: 0202 / 7 24 00 38

info@mc-bl.de

www.marketingclub-bergischland.de

Bankverbindung:

Stadtsparkasse Wuppertal

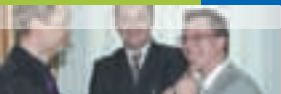
BLZ: 330 500 00, Konto: 960 120

Gästebeitrag:

€ 40,-, Junioren (bis 35 Jahre) € 20,-

incl. Imbiss & Getränke

Anmeldungen erforderlich!



Konzeption/Gestaltung/RZ
sponsored by
Doris Andernach-Schröder
Agentur für Marketing & Werbung