



Vorstand und Beirat

Die aktuellen Angaben zu Vorstand und Beirat entnehmen Sie bitte der Homepage.

Geschäftsstelle

Julia Greef / Am Freudenberg 73 d / 42119 Wuppertal
T 02 02 . 2 98 81 56 / F 02 02 . 2 98 81 57
E info@mc-bergisch-land.de / W www.mc-bl.de

Mitgliedsbeiträge

Jahresbeitrag: 250 € / Externe Gäste: 40 € pro Veranstaltung
Jahresbeitrag JuMPs: 125 € / Jahresbeitrag Studierende: 63 €
Ehe- bzw. Lebenspartner von Mitgliedern sowie Junior-Gäste
bis 34 Jahre 20 € pro Veranstaltung inklusive Imbiss u.
Getränke / Eine Anmeldung ist erforderlich.

JAHRES- PROGRAMM 2020

Premium-Sponsoren 2020



SUMME
DIGITALER
KOMMUNIKATION

Freistil
F o t o g r a f i e

IWP

Illigen Wolf Partner
Kommunikation \ Design \ Strategie
Wir machen Werte sichtbar.

Ley+Wiegandt
Druckhaus Ley+Wiegandt GmbH+Co



ZUKUNFTS- WEISENDES MARKETING – AUCH IN FAMILIENUN- TERNEHMEN

Liebe Clubfreundinnen und Clubfreunde,
sehr geehrte Damen und Herren,

dieses Grußwort zum Auftakt eines neuen, informativen und spannenden Clubjahres ist für mich gleichzeitig ein Abschied. Nach der Ehre, sieben Jahre lang als Präsident des Marketing-Clubs Bergisch Land tätig sein zu dürfen, übergebe ich das Amt nun – und das auch gerne – an einen Nachfolger, dem ich viel Erfolg und so viel Freude an seinem Amt wünsche, wie ich sie bei dieser für mich immer interessanten Aufgabe hatte.

Das vorliegende Jahresprogramm bietet uns mit dem Schwerpunkt der Veranstaltungen in Familienunternehmen einen Einblick in den Umgang mit innovativen Marketing-Tools der Weltmarktführer unserer Region. Für die Schmersal Group ist ihr 75-jähriges Firmenjubiläum der Anlass zur Modernisierung der Marke, bei Knipex wird von den Erfahrungen mit Social Medias als Kommunikationskanal für eine Werkzeugmarke berichtet und in der Storch-Ciret Holding zeigt sich, wie man mit Pinseln zum europäischen Marktführer werden kann.

Besonders gespannt dürfen Sie auf den Besuch in Deutschlands modernstem Markenlabor an der Bergischen Universität Wuppertal sein, in dem mit wissenschaftlichen Methoden die Bedarfe und Vorlieben von Konsumenten ermittelt werden. Doch nicht nur Unternehmen und Produkte bilden eine Marke, auch Sie selbst präsentieren sich täglich nach außen. Dazu können Sie im September mit dem Trainer Lutz Herkenrath an Ihrer Eigenmarke arbeiten.

Ich danke Ihnen für die vielen bereichernden Begegnungen und Gespräche,

Ihr Clubpräsident
Erich Giese



AUGUST 2020

Beim Wuppertaler Unternehmen BUCS.IT trafen sich die Clubmitglieder am Arrenberg. Thema der Veranstaltung, die in inspirierender Umgebung am Wupperufer stattfand, war der digitale Wandel in Unternehmen.

JANUAR 75 JAHRE SCHMERSAL – IMPULS ZUR MODERNISIERUNG DER MARKE

Constanze Compes, Head of Marketing Schmersal Group, Wuppertal

Tobias Waskiewicz, GF Tobias Waskiewicz Kommunikationsdesign, Wuppertal

23.01.2020 / 18.30 Uhr / [tec.nicum academy Schmersal Group / Wuppertal](#)

FEBRUAR DER KUNDENMONITOR – VERMARKTUNG VON E-SERVICES ZUR DIFFERENZIERUNG HOMOGENER GÜTER

Dr. Matthias Metje, Bereichsleiter Forschung, ServiceBarometer AG, München

27.02.2020 / 18.30 Uhr / [Stadtwerke Solingen, Versorgungsbereich](#)

MÄRZ 1. FC KÖLN – SPÜRBAR ANDERS. WAS IN EINEM FUSSBALLCLUB SO ALLES ABSEITS VOM RASEN PASSIERT

Frank Sahler, Leiter Marketing und Vertrieb, 1. FC Köln GmbH & Co. KGaA

19.03.2020 / 18.30 Uhr / [HAZET-Welt / Remscheid](#)

APRIL SOZIALE MEDIEN ALS KOMMUNIKATIONSKANAL FÜR EINE WERKZEUGMARKE

Ralf Putsch, Geschäftsführender Gesellschafter KNIPEX-Werk C. Gustav Putsch KG, Wuppertal

Matthias Hagedorn, Leiter Marketing, KNIPEX-Werk C. Gustav Putsch KG, Wuppertal

23.04.2020 / 18.30 Uhr / [KNIPEX-Forum / Wuppertal](#)

MAI PORSCHE UND E-MOBILITÄT

Lars Jensen, GF Gottfried Schultz Sportwagen Solingen GmbH & Co. KG

28.05.2020 / 18.30 Uhr / [Porsche-Zentrum / Solingen](#)

JUNI DIE GRÜNDER ÜBERGEBEN, EINE NEUE GENERATION ÜBERNIMMT. DIE MARKE RADPRAX BLEIBT!

Maike Steffens, Dipl.-Gesundheitsökonomin radprax Holding GmbH und Co. KG, Wuppertal

25.06.2020 / 18.30 Uhr / radprax / Wuppertal

AUGUST HAPTISCHE WERBUNG – AUCH 2020 EIN ERFOLG. WIE INNOVATIONEN DEN MARKT FÜR WERBESCHIRME PRÄGEN

Volker Griesel, GF FARE Guenther Fassbender GmbH, Remscheid

20.08.2020 / 18.30 Uhr / FARE Guenther Fassbender GmbH / Remscheid

SEPTEMBER DER MENSCH ALS MARKE – MIT CHARISMA ZUM ERFOLG

Lutz Herkenrath, Schauspieler, Coach und Vortragsredner

22.09.2020 / 18.30 Uhr / Cinemaxx / Wuppertal

OKTOBER DEUTSCHLANDS MODERNSTES MARKENLABOR – MIT WISSENSCHAFTLICHEN METHODEN DEM KONSUMENTEN AUF DER SPUR

Prof. Dr. Tobias Langner, Lehrstuhl für Marketing Schumpeter School of Business and Economics

27.10.2020 / 18.30 Uhr / Bergische Universität Wuppertal

NOVEMBER VON DER „PINSELBUDE AUS WUPPERTAL“ ZUM EUROPÄISCHEN MARKTFÜHRER

Horst Rogusch, Vorsitzender des Beirates, Storch-Ciret Holding GmbH, Wuppertal

Jörg Heinemann, Sprecher der Geschäftsleitung, Storch-Ciret Holding GmbH, Wuppertal

19.11.2020 / 18.30 Uhr / Storch-Ciret Holding GmbH / Wuppertal

JUMPS

DIE JUNIOR MARKETING PROFESSIONALS

Das aktive Netzwerk der JuMPs dient der Integration von Nachwuchsführungskräften aus Marketing und Vertrieb in den Marketing-Club Bergisch Land. Bis zum Alter von 34 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. Auch Studierende können bereits Mitglied werden – für ganze 63 Euro im Jahr.

Unsere Mission ist es, Junior Marketing Professionals einen Wissensvorsprung und wertvolle Kontakte innerhalb der regionalen Marketing-Community zu verschaffen. Neben einem persönlichen und fachlichen Miteinander erhält man Zugang zu einem breiten Angebot an Weiterbildungs- und Austauschmöglichkeiten. Die Mitgliedschaft und die aktive Teilnahme am Clubleben ermöglichen es den JuMPs, Ideen für zeitgemäßes Marketing und effizienten Vertrieb in die Clubgemeinschaft einzubringen und sich gleichzeitig weiterzuentwickeln und weiterzubilden.

Vielfältige Veranstaltungen zu verschiedenen Themen in wechselnden Locations des Bergischen Landes, z. B. die Club-Abende und Workshops sowie Kaminabende unter dem Motto „Besondere Orte, besondere Gespräche“ („BOBG“) ermöglichen euch eine persönliche und fachliche Weiterbildung.

Ankündigungen und detaillierte Informationen zu den einzelnen Veranstaltungen erfolgen rechtzeitig per E-Mail und werden auf www.mc-bl.de bekannt gegeben.

VIELE GUTE GRÜNDE:

DIE MITGLIEDSCHAFT IM MARKETING-CLUB BERGISCH LAND

Der Marketing-Club Bergisch Land e.V. (MCBL) ist das wichtigste Netzwerk im Bergischen Land für die Themen Marketing, Werbung und Vertrieb. Als Berufsverband bündelt er die Interessen der Fach- und Führungskräfte aus diesem Bereich und kommuniziert sie nach innen und außen.

Der MCBL vermittelt tradiertes und aktuelles Wissen sowie Ideen und Anregungen für eine markenorientierte Unternehmensführung. Über unterschiedliche Veranstaltungsformate ermöglicht er, von fremder Erfahrung zu lernen und die Erkenntnisse in den eigenen Marketing-Alltag zu überführen.

Bereits 1978 wurde der Marketing-Club Bergisch Land e.V. in Wuppertal gegründet. Er ist Mitglied im Deutschen Marketing-Verband DMV, der Dachorganisation aller 65 Marketing-Clubs in Deutschland. Seine Aktivitäten werden ehrenamtlich von Vorstand und Beirat gesteuert und durch die Geschäftsstelle unterstützt.

Der MCBL lebt von seinen Mitgliedern. Die Erfahrung der einzelnen Personen gibt dem Verein in Summe seinen Mehrwert. Als Mitglied ist willkommen, wer leitend oder lehrend in Marketing, Werbung oder Vertrieb tätig ist. Neben Personenmitgliedschaften sind auch Firmenmitgliedschaften möglich.

Berufseinsteiger und Studierende können zu stark ermäßigten Jahresbeiträgen Mitglied werden, um sich auf weitere Aufgaben und Karriereschritte vorzubereiten sowie fachliche und berufliche Kontakte zu knüpfen.