



15. Juni 2013

Jubiläumsveranstaltung 35 Jahre Marketing Club-Harz

Im Jahr 1978 – vor genau 35 Jahren – haben wir unseren Marketing-Club Harz e.V. durch Eintragung ins Vereinsregister geründet. Das ist für uns Anlass, diese 35 Jahre mit einer besonderen Veranstaltung zu würdigen. Am Samstag, dem 15.06.2013 wollen wir mit der Brockenbahn in exklusiv für uns reservierten Sonderwagen von Wernigerode aus auf den Brocken fahren. Auf dem Brocken wird uns dann Herr Matthias Wagener, Geschäftsführer der Harzer Schmalspurbahnen (HSB), persönlich sein Unternehmen vorstellen und dabei sowohl die seit 1972 unter Denkmalschutz stehenden Bahnen mit dem 140 km längsten, dampfbetriebenen Streckennetz in Europa vorstellen, als auch die Marketingaktivitäten für dieses große und eindrucksvolle Unternehmen näher bringen, das jährlich mehr als 1 Millionen Gäste befördert.



Fotos: Harzer Schmalspurbahnen/Dirk Bahnsen

25. Juni 2013

Marketing vor Ort:
BBS Am Stadtgarten

„Standort Goslar – Wirtschaftliche Entwicklung der Bereiche Handel und Tourismus, Industrie und Handwerk und Gesundheit nach der Wende“

Ist das zwischen dem Marketingclub Harz e.V. abgesprochene Thema des Projektes, das Schülerinnen und Schüler des 12. Jahrgangs des Beruflichen Gymnasiums der Fachrichtungen Wirtschaft und Gesundheit im 2. Halbjahr des Schuljahres 2012/2013 bearbeiten. Dabei stehen sowohl wirtschaftliche als auch sozialwirtschaftliche Aspekte im Mittelpunkt der Betrachtung. Die Ergebnisse werden in einer Ausstellung in der BBS1 Goslar präsentiert.

Veranstaltungsort: BBS am Stadtgarten

Veranstaltungspaten:
Matthias Oppermann,
Christiane Kahle,
Wolfgang Lampe-Traupe

09. Juli 2013

„Wir unter uns“ – für Mitglieder

Jeden Augenblick des Lebens, den günstigsten so wie den ungünstigsten, zum bestmöglichen machen, darin besteht die Kunst des Lebens“ (G.C. Lichtenberg)

Unsere fast schon traditionelle Veranstaltung „Wir unter uns“ führt uns in diesem Jahr ins 1548. Exklusiv für Mitglieder unseres Clubs: Ein gemütliches Beisammensein bei Speis und Trank sowie netten Gesprächen abseits des grauen Alltags.



Veranstaltungsort: Maltermeister Turm „1548“

August – Sommerpause

10. September 2013

Marketing vor Ort:
Thomas Dulas,
Geschäftsführer Alape GmbH
Die Goslarer Industriemanufaktur
Alape lädt ein zum Thema:



„Von Markenwerten zum Markenwert“.

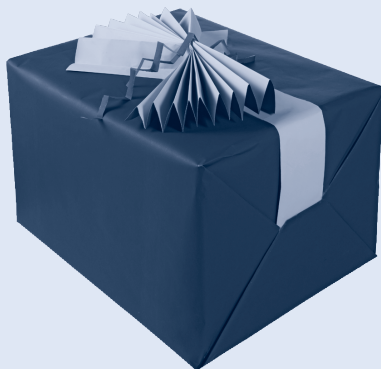
„Eine Marke stark zu machen, erfordert sie mit Themen, für die sie steht, zu emotionalisieren.“ Markenbewusstsein kommt „von innen.“ „Markenwerte sind zu definieren und dann von allen Mitarbeitern in ihren Bereichen zu verinnerlichen und zu leben. Erst dann kann eine Marke erfolgreich und von Dauer sein.“

Alape gehört zu diesem Premium-Segment und steht seit 1896 für Reinheit und Ästhetik am Waschplatz. Das Unternehmen bewegt sich bewusst in der Materialität glasierter Stahl und der systemischen Möbelwelt eines Badezimmers. Der Vortrag berichtet über die Aufgaben erfolgreichen Marketings im Premium Markenumfeld und bringt diese am Beispiel Alape den Zuhörern näher.

Veranstaltungsort: Firma Alape

01. Oktober 2013

Überraschungsveranstaltung



12. November 2013

Marketing vor Ort:
Carolin Ruh,
Geschäftsführerin Tourismus-
marketing Niedersachsen GmbH



Tourismus in Niedersachsen – mehr als ein Nischenthema!

Warum ist Tourismusmarketing Wirtschaftsförderung? Wo liegen die Chancen und Risiken der Zukunft und wie erreichen wir unsere Kunden? Carolin Ruh, Geschäftsführerin der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH wird uns über Strategien, Ideen und Herausforderungen berichten, wenn es darum geht neue Gäste für Niedersachsen zu gewinnen.

Niedersachsen ist die Nr. 1 im Norden! Warum finden auf einer Ostfriesischen Insel dreimal so viele Übernachtungen statt wie in der Landeshauptstadt Hannover? Was kann das Tourismusmarketing tun, damit sich noch mehr Menschen für einen Urlaub in Niedersachsen entscheiden als bisher? Carolin Ruh, Geschäftsführerin der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH wird uns einen Einblick darüber geben, wie Reiseentscheidungen getroffen werden und was das Marketing der Städte, Regionen und auf Landesebene dazu aktiv beitragen kann.

Veranstaltungsort: RAMADA Hotel Bären Goslar

Veranstaltungspate: Michael Bitter

11. Dezember 2013

Club-Weihnacht

Treffen der Clubmitglieder mit Begleitung
Veranstaltungsort wird noch bekannt gegeben



Veranstaltungsort: wird noch bekannt gegeben

Veranstaltungspate: NN



Marketing-Club Harz e.V.



Marketingnetzwerk im Harz
Entscheidungstreffpunkt der Region

Programm 2013

Marketing – weil Leistung erst zum Wert wird wenn sie verkauft ist
– weil Erfolg Marketing braucht



Marketing-Club Harz e.V.

Wer sind wir?

Der Marketing-Club Harz e.V. ist DER Wirtschaftsfach-Club in der Region Harz. Er vereinigt zur Zeit ca. 100 Führungskräfte und Selbstständige aus vielen Berufsfeldern und Märkten.

Der Deutsche Marketing-Verband ist der Berufsverband des Marketing-Managements und Dachorganisation der 66 Marketing-Clubs. Gegründet 1956, ist er heute eine Institution – die Marke für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer der Marketing-Professionals. Als Vertretung von mehr als 14.000 Führungskräften und marketing-orientierten Unternehmen sind wir die erste Adresse für alle, die sich fundiert und aktuell mit den Entwicklungen im Marketing-Business auseinander setzen.

Wer sind unsere Mitglieder?

Marketing ist Chefsache und umfasst aus klassischer Sicht (Mellerowicz) das gesamte Unternehmen: u.a. Unternehmenskultur, Werbung, Vertrieb und Service.

Deshalb sind hier Führungskräfte der ersten und zweiten Ebene aus den vorgenannten Bereichen, Selbstständige, Freiberufler, Studenten, junge Führungskräfte und Wissenschaftler die geeigneten Mitglieder. Gerade Selbstständige, Dienstleister und Existenzgründer, besonders auch aus dem universitären und EFZN-Umfeld, sind auf ein eigenes, gutes Marketing und auf funktionierende Netzwerke angewiesen.

Als einer der wenigen betriebswirtschaftlichen Fach-Clubs ist der Marketing-Club Harz e.V. darüber hinaus eine ideale Ergänzung für die Mitglieder von Service- oder auch Regional-Clubs, die ihre Produkte und Dienstleistungen vermarkten und hervorragenden Service leisten müssen.

Welche Vorteile haben unsere Mitglieder?

1. Aktuelles Marketingwissen in Theorie und Praxis

- Mindestens 10 Fachthemen pro Jahr ohne großen Reiseaufwand; berufliche Weiterbildung leicht gemacht für äußerst geringe Kosten und wenig Aufwand
- Marketing vor Ort (Veranstaltungen bei Unternehmen mit Exkurs über deren strategische Ausrichtung)
- Zuzüglich Sonderveranstaltungen
- Teilnahme an allen Veranstaltungen aller 66 Marketing-Clubs in Deutschland (z.B. wenn Sie

unterwegs sind oder ein interessantes Thema in den Nachbar-Clubs Göttingen, Hannover, Braunschweig oder Magdeburg besuchen wollen)

- Marketingwissen für Produkte und Dienstleistungen, aber auch für ein erfolgreiches „Selbstmarketing“: Wie verkaufe ich mich, wie verkaufe ich mein Anliegen
- „Blick über den Tellerrand“ oder: Was können wir im Bereich Marketing & Vertrieb von anderen Branchen lernen?

2. Vielfältige Netzwerke

- Aufbau eines eigenen regionalen und überregionalen Netzwerkes (Kundengewinnung, Lieferanten, Freunde, Beziehungen) bei ca. 100 Mitgliedern im Harz, 13.000 Mitgliedern in Deutschland und ca. 31.000 Mitgliedern über die European Marketing Confederation
- Treffpunkt interessanter Leute aus Marketing, Vertrieb und Service bedeutet Expertenkontakte und Erfahrungsaustausch innerhalb des Clubs und mit den Nachbar-Clubs
- Kooperation mit den Wirtschaftsjunioren Harz e.V.
- Repräsentationsmöglichkeit seines Unternehmens/Person. Das bedeutet Imagegewinn für die eigene Firma
- Teilnahme an gesellschaftlichen Veranstaltungen des Clubs
- Beziehungsplattform beim „Come together“ mit Imbiss und „Stay together“ an jedem Clubabend.

3. Vertiefendes Fachwissen und praktische Anregungen

- Monatlicher Bezug von „absatzwirtschaft“, der Zeitschrift für Marketing (im Jahresbeitrag enthalten).

Details

Kontakt + Gästeanmeldung:

Marketing-Club Harz e.V.
Clubsekretariat Ira Alt, Zum Pagenberg 7
38729 Lutter a. B. +49(5383)907007
Fax +49(5383)244

www.marketingclub-harz.de
sekretariat@marketingclub-harz.de
praesident@marketingclub-harz.de

Vorstand:

Präsident: Michael Bitter
Vizepräsidentin: Christiane Kahle

Geschäftsführender Vorstand:

Wolfgang Lampe-Traupe,
Vorstand Finanzen: Ralf Dieter Domroes

Beirat:

Norbert Petter, Silke Duda-Koch, Thomas Karlstedt, Thomas Dulas, Rosemarie Prien



Programm 2013 des Marketing-Club Harz e.V.

Zeiten: Come together 18:00 Uhr, Beginn 18:30 Uhr. Bitte beachten Sie auch Ihre Einladungen via E-Mail!

15. Januar 2013

Marketing vor Ort:

Bernhard Stratner,
General Manager



Von der Idee bis zum Kunden

Der klassische Weg zum Kunden verändert sich rasant. Genau so rasant verändern sich Kunden und die gesamte Medienlandschaft. Nichts scheint mehr so zu sein wie in „der guten alten Zeit“. Die einzige Konstante bleibt die Veränderung. Ein Erfahrungsbericht von Bernhard Stratner aus aktuellen Projekten für Kunden wie Nike und Microsoft.

Veranstaltungsort: Firma Reproflex

Veranstaltungspate: Michael Bitter

12. Februar 2013

Marketing vor Ort

Dr. Hubert Söthe,
Geschäftsführer



Dr. Freist Automotive GmbH – Spezialfolien und Akustikteile

Dr. Freist Automotive GmbH wurde im Jahr 2004 als Entwickler und Hersteller von akustischen Spezialfolien und Versteifungsfolien gegründet. Akustische Spezialfolien entdröhnen schwingende Bleche, wie zum Beispiel Dächer, Seitenwände oder Türen von Automobilen, und sorgen so für den akustischen Komfort im Auto. Versteifungsfolien erhöhen die Steifigkeit dünner Bleche.

Heute präsentiert sich die DFA mit ca. 160 Mitarbeitern als weltweit tätiger Systemspezialist und gehört zu den marktführenden Partnern der internationalen Automobilindustrie. Von unserem Standort in der Baßgeige werden unsere Produkte weltweit verschickt.

Im Rahmen der Veranstaltung werden die Produkte erläutert, das Marketing vorgestellt und die Fertigung besichtigt.

Veranstaltungsort: Dr. Freist Automotive GmbH

Veranstaltungspate: Frau Prien

12. März 2013

Marketing vor Ort:

Dr. med. Achim Rogge,
Geschäftsführer



Marketing für ein Krankenhaus – Theorie & Praxis

Asklepios ist einer der größten Arbeitgeber in der Region, umso wichtiger, dass die Außenwirkung „stimmt“. Aber wie schafft man es, einer Klinik ein positives Image zu geben? Insbesondere wenn das mal gelitten hat? Wo setzt ein Geschäftsführer dann an?

Und: Kann man die Bevölkerung überzeugen, dass eine Klinik ein Ort ist, in dem man gut und sicher aufgehoben ist – und sich trotz seiner Erkrankung auch wohlfühlen kann?

In einer Klinik steht die Sicherheit der Patienten immer im Vordergrund: Von CIRS, über Patientenarmbänder, Hygienemaßnahmen, wie z.B. die Aktion „Saubere Hände“ – alles ist zum Wohle der Patienten. Aber wie transportiere ich diese hohen Sicherheitsstandards in die Öffentlichkeit? Denn eins ist auch für die Leitung eines Krankenhauses immer klar: „Ohne gutes Images ist alles nichts...“ Das Ziel guten Marketings kann daher nur lauten, als „Qualitätsklinik“ wahrgenommen zu werden!

Um Ihnen einen tieferen Einblick zu gewähren, lässt der Geschäftsführer der Harzkliniken GmbH, Dr. med. Achim Rogge, den „Marketing Club“ auch hinter die Kulissen der Harzklinik Goslar blicken.

Veranstaltungsort: Asklepios Harzkliniken

Veranstaltungspate: Michael Bitter



16. April 2013

Marketing vor Ort:

Marc Collinet



Vom Müssen müssen zum Einwegurinal. Die Erfolgsstory adamus.

Fast jeder kennt es: Situationen, in denen man mit Schweißperlen auf der Stirn alles für eine Toilette geben würde. Aber auch über den berühmten (Auto)Staudruck hinaus gibt es zahlreiche weitere Anlässe und Situationen, in denen Müssen müssen zur Qual werden kann.

Marc Collinet hat sich diesem Aspekt intensiv gewidmet und mit den Einwegtoiletten „adamus“ und „evamus“ zwei Produkte entwickelt und auf den Markt gebracht, die heute in vielen Ländern kaum mehr wegzudenken sind. Erleben Sie einen amüsanten, ersten Vortrag, der ein allseits bekanntes Thema aus Marketing-Gesichtspunkten neu beleuchtet und interessante Wertschöpfungspotenziale und Geschäftsmodelle aufzeigt. Echtes Marketing und kein „Pippi-fax“ garantiert.

Veranstaltungsort: RAMADA Hotel Bären Goslar

Veranstaltungspate: Norbert Petter

14. Mai 2013

Marketing vor Ort:

Thorsten Krieger



Die genossenschaftliche Idee als Banking der Zukunft

Totgesagte leben länger. Der Genossenschaftsgedanke ist nach 150 Jahren vitaler und aktueller denn je. Ein Mitglied einer starken Gemeinschaft zu sein ist hier auch für Kunden ein eindeutiger Wettbewerbsvorteil und vielleicht die Grundlage für ein faires Banking in der Zukunft.

Veranstaltungsort: RAMADA Hotel Bären Goslar

Veranstaltungspate: Silke Duda-Koch