



Marketing-Club Harz e.V.



Marketingnetzwerk im Harz
Entsindertreffpunkt der Region

Programm 2014

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

13. Mai

Marketing vor Ort:

Dirk Junicke,
Hotelier, Plumbohms Bad Harzburg

„Pre-opening. Plumbohms Alte Schule“.



Die Verwandlung einer überzähligen Schule in ein neues Tourismuskonzept für die Welterbestadt Goslar. Während der Ortsbesichtigung des alten Schulgebäudes werden die Ziele und die nötigen Wege für die Hotelnutzung beschrieben. Ein kleiner Imbiss steht zur Verfügung.

Veranstaltungsort: Ehem. Realschule,
Hoher Weg 3-4, Goslar

Veranstaltungspate: Michael Bitter

17. Juni

diverse Akteure

Mitten ins HA[E]RZ!

Adventure, Sports und
Outdoor Marketing live erleben



Marketing wird von Menschen gemacht! Lernen Sie die Macher von Adventure, Sports und Outdoor Angeboten im Harz kennen! Live, persönlich, unterhaltsam – harznah! Die Networking-Veranstaltung als Kombination aus moderiertem Marketing-Talk und interaktiver Unternehmenspräsentation – ein neues Veranstaltungsformat des MC Harz – soll ausgewählten Akteuren aus der Region eine Bühne für die Präsentation ihrer Produkte und Dienstleistungen geben.

Die erste Veranstaltung am 17. Juni ist Auftakt für eine sich jährlich wiederholende Serie zu unterschiedlichsten Themen.

Veranstaltungsort: Ramada Hotel Bären, Goslar

Veranstaltungspate: Silke Duda-Koch

8. Juli

„Wir unter uns“ – Klönnschnack bei Speis und Trank

(nur für Mitglieder!)

Veranstaltungsort: ab 18.00 Uhr im Innenhof des
Restaurants „Schiefer“, Goslar

Veranstaltungspate: Ralf Dieter Domroes



August – Sommerpause

16. September

**Heiner Vierke, Dipl.-Kaufmann,
Geschäftsführer
Vierke Corporate Fashion +
Concepts GmbH**



Corporate Fashion – friends with brands

„Machen Kleider wirklich Leute“, wie es im Volksmund heißt? Dieser Frage geht Heiner Vierke seit 1976 erfolgreich auf den Grund. Zahlreiche Marken wie Henry M. Lion oder Sansibar stammen aus der Feder der Vierke Corporate Fashion aus Braunschweig. Namhafte Unternehmen wie Electronic Partner, FC Barcelona, Jägermeister, Jever oder John Deere setzen bei der Wahl ihrer Work- and

Corporate Fashion auf die Erfahrungen der Braunschweiger.

Erleben Sie mit Heiner Vierke in einem kurzweiligen Vortrag, dass Corporate Fashion mehr ist als nur einheitliche Kleidung und wie dadurch Unternehmenskommunikation par excellence werden kann.

Veranstaltungsort: Ramada Hotel Bären, Goslar

Veranstaltungspate: Norbert Petter

14. Oktober

**Christian Schmidt, Direktor
Hotel „Romantischer Winkel“,
Bad Sachsa**



Fräulein Heimat / Bioportal

In Zeiten von immer wiederkehrenden Lebensmittelkandalen wird das Bedürfnis der Menschen nach gesunden Lebensmitteln und dem Wissen sowie der Transparenz, wie und wer diese anbaut und woher diese tatsächlich stammen, immer größer.

Mit dem Gastronomie- und Ladenkonzept „Fräulein Heimat“ wird dieser berechtigten Entwicklung Rechnung getragen.“

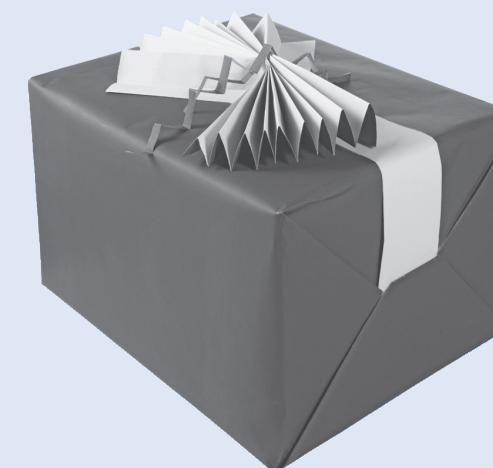
Christian Schmidt, 40 Jahre alt, gelernter Hotelkaufmann, hat seit über 15 Jahren als Geschäftsführender Direktor in den unterschiedlichsten Hotels von drei bis fünf Sterne facettenreiche Erfahrung gesammelt. Christian Schmidt ist Gründungsmitglied der Landesmarketing Initiative „ländlichfein“ aus Mecklenburg-Vorpommern (www.laendlichfein.de) sowie Inhaber des Vermarktungsportals Bio im Harz (www.bio-harz.de) – darüber hinaus hat Christian Schmidt mehrere Jahre als berufenes Beiratsmitglied des Wirtschaftsministers Dr. Jürgen Seidel aus MV gewirkt und ist in mehreren touristischen Verbänden und Organisationen als gewähltes Aufsichtsratsmitglied aktiv.

Veranstaltungsort: Ramada Hotel Bären, Goslar

Veranstaltungspate: Silke Duda-Koch

11. November

Überraschungsveranstaltung



9. Dezember

Club-Weihnacht

Treffen der Clubmitglieder mit Begleitung.

Veranstaltungsort: wird noch bekannt gegeben

Veranstaltungspate: NN





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 auseinandersetzen.

■ 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 Wirtschaftsjuvenen 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

Stand: Februar 2014 · Irrtümer und Änderungen vorbehalten



Programm 2014 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!

■ 14. Januar

Harald Leiste,
Betreiber
Marienteich Baude



Marienteich Baude

Mit innovativem Gastronomiekonzept erfolgreich!

Wie kann man heute in so einem umkämpften Markt bestehen? Unter welchen Rahmenbedingungen sind Kunden heute bereit, ihr Portmonee zu öffnen, um sich kulinarisch verwöhnen zu lassen? Wie kann man sich in diesem Wettbewerb einen Wettbewerbsvorteil verschaffen?

Harald Leiste, gebürtiger Bettingeröder, hat sich nicht nur diese Fragen gestellt, sondern auch Antworten darauf gefunden. Mit einem innovativen Konzept hat sich der 50-jährige Fleischermeister nicht nur als Produzent einen weiteren, lukrativen Vertriebskanal für sein traditionsreiches Familiengeschäft „Harzer Landschlachtere Leiste“ geschaffen und so für eine bessere Auslastung seiner Produktion gesorgt, sondern auch einen beeindruckenden Publikumsmagneten, der seine Bewährungsprobe bereits bestanden hat. Das Konzept der Wildfütterung verleiht seinem Gastronomiebetrieb ein Alleinstellungsmerkmal, hat sich in kürzester Zeit eine überregionale Bekanntheit verschafft und ist jetzt bereits zu einem festen Bestandteil der Gastronomieszene im Harz geworden.

Veranstaltungsort: Ramada Hotel Bären, Goslar

Veranstaltungspate: Michael Bitter

■ 11. Februar

Doris Kirch,
Achtsamkeitstrainerin,
Stress-Coach



„Achtsamkeit als Grundlage“

Achtsamkeit: Die Tugend der Erfolgreichen.
Ein zeitgemäßes Konzept für das Glück des Einzelnen und die Basis einer Neuorientierung für Wirtschaft und Marketing.

Achtsamkeit – das neue Lieblingskind der Medien. Handelt es sich dabei nur um einen Trend, der ko-

metenhaft den Medienhimmel erhellt, um anschließend kometenhaft wieder zu verlöschen? Achtsamkeitstrainerin und Stress-Coach Doris Kirch ist anderer Ansicht und gibt spannende Einblicke in ein Jahrtausende altes und gleichzeitig hochaktuelles Konzept. Sie zeigt dessen Potenzial auf, nicht nur Glück und Gesundheit in das Leben des Einzelnen zu bringen, sondern auch Wirtschaft und Gesellschaft tiefgreifend zu verändern.

Doris Kirch ist MBSR-Lehrerin (University of Massachusetts), Achtsamkeitstrainerin, Stress-Coach, Buchautorin und Leiterin des DFME Deutsches Fachzentrum für Stressbewältigung, Achtsamkeit und Persönlichkeitsentwicklung.

In Ihrem Vortrag möchte Frau Kirch uns mit dem Konzept eines achtsamen Lebens und Wirtschaftens bekannt machen. In einem anschließenden Gedankenaustausch wollen wir herausfinden, was die Erkenntnisse über die Achtsamkeitspraxis für uns persönlich, unser Selbstmarketing und das Marketing unserer Unternehmen bedeuten könnte.

Veranstaltungsort: Ramada Hotel Bären, Goslar

Veranstaltungspate: Christiane Kahle

■ 13. März (Donnerstag)

Rainer-Herbert Keller,
Geschäftsführer,
MCO Communication Monaco



„Merchandise“

Nicht nur große Unternehmen, bekannte Künstler und Sportler stehen für Merchandise. Mittlerweile setzt sich Merchandise & Licensing in allen Bereichen des Wirtschaftslebens durch und gewinnt zusehends an Bedeutung.

Wie mit dem Transport von Marken in unterschiedlichen Formen Verkaufsförderung und Absatz entsteht, hat Rainer-Herbert Keller in den vergangenen Jahren eindrucksvoll mit namhaften Künstlern wie Michael Jackson/Eros Ramazzotti/Tic, Tac, Toe/Scorpions/Peter Maffay unter Beweis gestellt. Merchandising ist ohne Licensing nicht möglich, damit hat der damalige Hauptgesellschafter von

ANA ANAKOS Ltd. auch Blockbuster wie Titanic oder Godzilla in die Ladenregale oder auf die Verkaufsseiten der großen Versandhäuser katapultiert. Wie heißt es doch so schön, eine Trend-Marke zu verkaufen, ist leicht – sie zum Trend zu machen, stellt die Herausforderung dar.

Lassen Sie sich von einem illustren und spannenden Vortrag in Sachen Markenkommunikation via Merchandising & Licensing begeistern.

Veranstaltungsort: Ramada Hotel Bären, Goslar

Veranstaltungspate: Norbert Petter

■ 8. April

Markus Dill,
CEO,
Chief Espresso Officer



Dill's Kaffeerösterei

Warum Goslar: Warum nicht? – Schönste Stadt Deutschlands; glorreiche Vergangenheit; Mikrokosmos mit (hoffentlich) glorreicher Zukunft! Philosophie: Ohne Phantasie – keine Kunst.

Konzept: Handel modern interpretieren, aber Tradition wahren, keine langweiligen SB-Regale, das Gespräch über die Ladentheke, modernste Technik zur Produktion, transparent in allen Dingen, weitestgehend biologisch und ökologisch – aber! – ohne irgendwelche Siegel und Zertifikate – wir machen das einfach und denken nicht an Marketingeffekte – warum auch? Verkäuferisches und kaufmännisches Gespür.

Der gelernte Koch und Diplom-Betriebswirt war viele Jahre Geschäftsleiter bei der METRO C & C Deutschland, daraufhin genoss er eine Ausbildung zum Kaffee Sommelier und Röstmeister in Murnau (Allgäu) und Wien und eröffnete am 28.10.2013 zusammen mit seiner Frau Dill's Kaffeerösterei in der Goslarer Altstadt.

Veranstaltungsort: Ramada Hotel Bären, Goslar

Veranstaltungspate: Michael Bitter