



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

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

emmet

ET  
für Kommunikation

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

e Jungmann  
+ Wiegandt GmbH + Co.

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

Horst W. Rogusch  
Storch Holding GmbH

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

Bettina Hoppmann  
3M Deutschland GmbH

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

Friedhelm Sträter  
Felix Solicut GmbH

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

Prof. Dr. Tobias Langner  
Bergische Universität Wuppertal

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

Andreas Feicht  
WGW Wuppertaler Stadtwerke GmbH

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

Andreas Feicht

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

Jürgen Knorr  
DuPont Performance Coatings GmbH

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

Ralf Putsch  
KNIPEX-Werk C. Gustav Pu

Marketing-Club  
Bergisch Land e.V.

Petra aus  
Büro Longi



# **Marketing-Club Bergisch Land e.V. – Kompetenzzentrum für Marketing im Bergischen Land**

## **Der Club.**

Der Marketing-Club Bergisch Land ist mit rund 200 Mitgliedern die regionale Vertretung des Deutschen Marketing-Verbandes DMV, eines Netzwerkes, das sich mit seinen 13.000 Mitgliedern und 66 regionalen Clubs als Berufsverband des Marketing-Managements in Deutschland versteht.

## **Qualifiziert.**

Der Marketing-Club Bergisch Land repräsentiert das Marketing-Management des Bergischen Landes mit den Städten Remscheid, Solingen und Wuppertal. Im Mittelpunkt stehen der intensive, branchenübergreifende Erfahrungsaustausch mit Vorträgen und Fachdiskussionen sowie die praxisorientierte Weiterbildung in Marketing- und Managementfragen auf einem qualitativ hohen Niveau.

## **Vielseitig.**

Die bedeutende Wirtschaftskraft und die ausgesprochene Vielseitigkeit der Unternehmen im Bergischen Land spiegeln sich im Marketing-Club Bergisch Land wider. Der Club ist geprägt durch eine gesunde Mitglieder-Mischung aus bergischen Traditionsunternehmen, aufstrebenden Start-Ups, multinationalen Konzernen, führenden Dienstleistungsunternehmen und anderen „hidden champions“.

## **Kompetent.**

Der Marketing-Club Bergisch Land wird von Mitgliedern aus Unternehmen getragen, die mit ihren Leistungen nationale und internationale Erfolge erzielt haben.

## **Flexibel und zukunftsorientiert.**

Mit der Veränderung des wirtschaftlichen Umfeldes und der industriellen Struktur des Bergischen Landes verändern sich die Mitgliederstruktur und das Selbstverständnis des Marketing-Clubs Bergisch Land. So werden traditionelle Branchen von modernen Technologielieferanten abgelöst, High-Tech-Produzenten liefern Spezialprodukte, moderne Dienstleistungsunternehmen revolutionieren die Kommunikationsbranche, Versicherungsunternehmen tragen den Namen ihres Standortes. Ein Standort, der mit der Tradition der industriellen Gründergeneration des 19. Jahrhunderts eng und sichtbar verbunden ist. An diesen Anspruch gilt es anzuschließen, sich im Umbruch als Plattform, Motor und Spiegel einer auch in Zukunft erfolgreichen Entwicklung darzustellen.

Mit diesem Selbstverständnis regionaler Stärke auf der Basis von Qualität, Vielseitigkeit und Kompetenz ist der Marketing-Club Bergisch Land in Verbindung mit seiner übergreifenden flexiblen und zukunftsorientierten Ausrichtung das Kompetenzzentrum für Marketing im Bergischen Land.

## **Marketing-Club Bergisch Land e.V. – Erfahrungsaustausch mit 66 Clubs und 13.000 Mitgliedern**

Im Marketing-Club Bergisch Land engagieren sich Führungskräfte, die Unternehmen leiten, Vorstandsposten innehaben, leitende Positionen in Marketing und Vertrieb bekleiden und führenden Unternehmensberatungen, Agenturen und Marktforschungsunternehmen angehören. Zu unseren Mitgliedern gehören darüber hinaus Repräsentanten aus Gesellschaft, Politik, Kultur, Verwaltung, Wissenschaft und öffentlichen Institutionen. Dem Marketing-Nachwuchs aus Wirtschaft und Wissenschaft widmen wir dabei unsere besondere Aufmerksamkeit.

Allen Mitgliedern gemeinsam ist das Interesse am Thema Marketing, das als Impulsgeber für die Wirtschaft und Verwaltung für den Erfolg eines Unternehmens, eines Produktes oder einer Maßnahme steht.

Als Berufsverband der Marketing-Verantwortlichen suchen wir den Dialog mit relevanten Zielgruppen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Gesellschaft und öffentlichen Institutionen. Wir verstehen es als zentrale Aufgabe, unseren Mitgliedern das beste Marketingwissen anzubieten, damit sie in ihrer beruflichen Praxis zielorientiert, professionell und erfolgreich arbeiten können.

Wir verstehen uns dabei als Innovatoren des Marketings, greifen aktuelle Themen auf und analysieren ihre Auswirkungen. Unsere monatlichen Clubveranstaltungen bieten die regionale

Plattform für diesen Austausch.

Die monatlichen Veranstaltungen unseres Clubs finden in ständig wechselnden, interessanten Locations und in unterschiedlichen Unternehmen statt. Die Teilnehmer können so exklusiv einen Blick „hinter die Kulissen“ von Mitgliedsunternehmen werfen und die Marketing-Verantwortlichen vor Ort kennenlernen. Sonderveranstaltungen sind fester Bestandteil unseres Clublebens und fördern über den fachlichen Austausch hinaus die persönlichen und sozialen Kontakte.

Berichte über Veranstaltungen, Diskussionen und Referate finden unsere Mitglieder in unserer Club-Zeitschrift „MarketingMix“, auf der Homepage des DMV sowie auf unserer Homepage [www.mc-bl.de](http://www.mc-bl.de). Dort sind auch aktuelle Hinweise auf unsere nächsten Veranstaltungen veröffentlicht.

Im Rahmen unserer Mitgliedschaft im Deutschen Marketingverband (DMV) haben unsere Mitglieder Zugang zu den Veranstaltungen der 66 weiteren Clubs und verfügen damit über ein Netzwerk von über 13.000 Marketing-Professionals. Die führende deutsche Fachzeitschrift für Marketing „Absatzwirtschaft“ ist unsere Verbandszeitung. Ihr Bezug ist im Clubbeitrag enthalten.



# Marketing-Club Bergisch Land e.V.:

## Ich bin dabei weil ...

„... ich hier Antworten auf meine aktuellen Fragen zu Entwicklungen im Marketing finde.“

**Knut Aretz**

Inhaber, A.R.E.T.Z. Process-Management BPM

„... ich hier immer neue Aspekte des Marketings in interessanten Vorträgen angesprochen sehe.“

**Susanne Bossy**

Leiterin Kommunikation, Caritasverband Wuppertal/Solingen

„... ich hier die Gelegenheit habe, mich im Rahmen der Vorträge und Diskussionen weiterzubilden und interessante Kontakte zu knüpfen.“

**Gregor Braun**

Student

„... ich in der Bergischen Region die Stadt-Marke Solingen als Klingenstein mit geeigneten Marketing-Maßnahmen besonders positionieren möchte.“

**Norbert Feith**

Oberbürgermeister von Solingen

„... ich bei unseren Clubveranstaltungen viele Anregungen bekomme.“

**Stefan Heinz**

Niederlassungsleiter, Daimler AG, Niederlassungen Wuppertal, Solingen, Remscheid

„... von den Marketing-Professionals der Region immer wieder Impulse ausgehen, die wir für die Wuppertaler Wirtschaft und die Stadt Wuppertal nutzen können.“

**Peter Jung**

Oberbürgermeister von Wuppertal

„... die Marketing-Veranstaltungen des Clubs immer ein Erlebnis sind.“

**Silke Jungmann**

Geschäftsführende Gesellschafterin Druckhaus, Ley+Wiegandt GmbH & Co.

„... ich hier interessante Menschen treffe.“

**Jan Koemmet**

Geschäftsführer, KOEMMET Agentur für Kommunikation

„... ich hier – direkt und persönlich qualifizierte Informationen zu Marketingthemen erhalte.“

**Sigrid Kohl**

Geschäftsführerin, 3F.Werbeagentur GmbH

„... ich stets auf dem neuesten Stand der Entwicklungen im Marketing sein will.“

**Esther König**

Geschäftsführende Gesellschafterin, dialoop GmbH – Agentur für Neue Kommunikation

„... ich nirgendwo sonst den Know-How-Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis so anschaulich erlebe.“

**Prof. Dr. Tobias Langner**

Inhaber des Lehrstuhls für Marketing Bergische Universität Wuppertal, Schumpeter School of Business and Economics

„... ich es schätze, Vertreter aus ganz unterschiedlichen Branchen bei den Club-Veranstaltungen kennenzulernen.“

**Dieter Lübcke**

Senior-Berater, KON-PART Unternehmensberatung für Personal-Marketing

„... ich bei den regelmäßigen Treffen immer neue Themen spannend aufbereitet finde.“

**Oliver Paaß**

Inhaber, Oliver Paaß – Finest Art & Custom Painting

„... ich mich hier mit Gleichgesinnten und – interessierten qualifiziert austauschen kann.“

**Ralf Putsch**

Geschäftsführer, KNIPEX-Werk C. Gustav Putsch KG

„... wir als Marketing-Junioren an der Erfahrung der engagierten Marketing-Professionals partizipieren können.“

**Isabel Sandrock**

Kundenberaterin, Zillgen Medien GmbH

„... ich hier Ideen und Anregungen bekomme, die man nur in einem Berufsverband findet.“

**Marc Sonnenschein**

Inhaber, Metzgerei Sonnenschein

„... ich hier bei uns und in den Marketing-Clubs der Region die einmalige Chance habe, Theorie und Praxis im direkten Vergleich und in den unterschiedlichsten Ausprägungen zu erleben.“

**Asal Tayouri**

Projektmanagerin Bergische Entwicklungsagentur GmbH

„... ich kontinuierlichen Gedankenaustausch zu topaktuellen Marketingthemen mit Kontaktpflege in der Wirtschaft verbinden kann.“

**Michael Weber**

Leiter Kommunikation Vorwerk & Co. KG

„... die Röntgen-Stadt Remscheid noch wesentlich mehr zu bieten hat und wir dies mit Marketing-Hilfe auch nach innen und außen deutlich kommunizieren möchten.“

**Beate Wilding**

Oberbürgermeisterin von Remscheid

## **Marketing-Club Bergisch Land e.V. – Ein Programm, das sich sehen lassen kann.**

Der Marketing-Club Bergisch Land bietet Raum für zwanglose Treffen an interessanten Orten mit außergewöhnlichen Themen und vielseitigen Menschen. Ob wir in unseren Veranstaltungen über Standort-Marketing sprechen, gemeinsame Konzepte gegen den Abwärtstrend entwickeln, in einem Powervortrag die Bedeutung der Körpersprache im Zusammenhang mit dem Marketingerfolg erforschen, die Erfolgsgeschichte von Produkten analysieren, alternative Finanzierungsmöglichkeiten für den Mittelstand kennenlernen, ob wir uns mit der Wertschöpfungseffizienz durch Lieferantenintegration beschäftigen, weiblichen Kunden, Persönlichkeitstraining, Medien-Marketing oder der Hirnforschung (um nur ein Jahresprogramm zu zitieren), immer stehen der praktische Ansatz, der persönliche Erfahrungsaustausch im Mittelpunkt unseres Clubgeschehens.

Wir denken zukunftsorientiert. Deshalb ist die Förderung des Nachwuchses im Marketing-Management Ziel unseres Clubs. Junioren im Marketing sind Führungsnachwuchskräfte unter 35 Jahren, die spezielle Veranstaltungen zum persönlichen Austausch und zur praxisorientierten Weiterbildung anbieten. Neben den Juniorenprogrammen in unserem Club finden auch auf bundesweiter Ebene Veranstaltungen statt. Führungsnachwuchskräfte werden in zunehmendem Maße aus dem Kreis der Hochschulabsolventen gewonnen. Es entspricht unserer Clubstrategie, im Rahmen unserer Hochschulkontakte auch hier für den Marketing-Nachwuchs tätig zu werden.

# Marketing-Club Bergisch Land e.V. – Ein moderner Club mit über 30 Jahren Tradition

Der Marketing-Club Bergisch Land konnte bereits im Jahr 2008 auf sein 30-jähriges Bestehen zurück blicken. Er hat sich damit frühzeitig als Impulsgeber der Bergischen Wirtschaft positioniert und einen Beitrag zur Entwicklung der Bergischen Industrie geleistet, der heute nicht mehr weg zu denken ist.

Unser Club hat sich frühzeitig auf die veränderte wirtschaftliche Situation in der Bergischen Region eingestellt und begleitet den Strukturwandel offensiv mit zukunftsfähigen Konzepten.

Dazu gehört auch unsere Zusammenarbeit mit der Bergischen Universität und der Bergischen Entwicklungsagentur sowie den Städten Remscheid, Solingen und Wuppertal. Die Oberbürgermeister, als Marketing-Verantwortliche dieser Städte und unserer Region, sind Ehrenmitglieder unseres Clubs.

Unser Ziel ist es, das Bergische Land neben der Rhein-Schiene, dem Ruhrgebiet und Südwestfalen eigenständig zu positionieren und seiner Bedeutung entsprechend darzustellen. Aus dieser Verantwortung heraus sieht sich der Marketing-Club Bergisch Land zu einer engen Zusammenarbeit mit den Marketing-Clubs der angrenzenden Städte und Regionen sowie dem Deutschen Marketing-Verband (DMV) verpflichtet, um auch über die Grenzen unserer Region hinaus Einfluss zu nehmen.

## **Dank und Impressum**

Die erfolgreiche Arbeit eines Clubs ist nur denkbar durch das Engagement und die Begeisterungsfähigkeit seiner Mitglieder. Dazu gehören die ehrenamtliche Tätigkeit in Vorstand und Beirat ebenso wie die aktive Teilnahme aller Mitglieder an unseren Veranstaltungen und die vielen Ideen und Anregungen, die bei dieser Gelegenheit an uns herangetragen werden.

## **Vorstand**

Vok Dams, VOK DAMS Gesellschaft für Kommunikation mbH  
Dr. Andreas Kletzander, ARGE Wuppertal  
Silke Asbeck, Historische Stadthalle Wuppertal GmbH  
Doris Andernach-Schröder, Agentur für Marketing & Werbung Wuppertal  
Bettina Hoppmann, 3 M Deutschland  
Norbert Brenken, Sparkasse Wuppertal

## **Die Produktion dieser Broschüre ermöglichte uns**

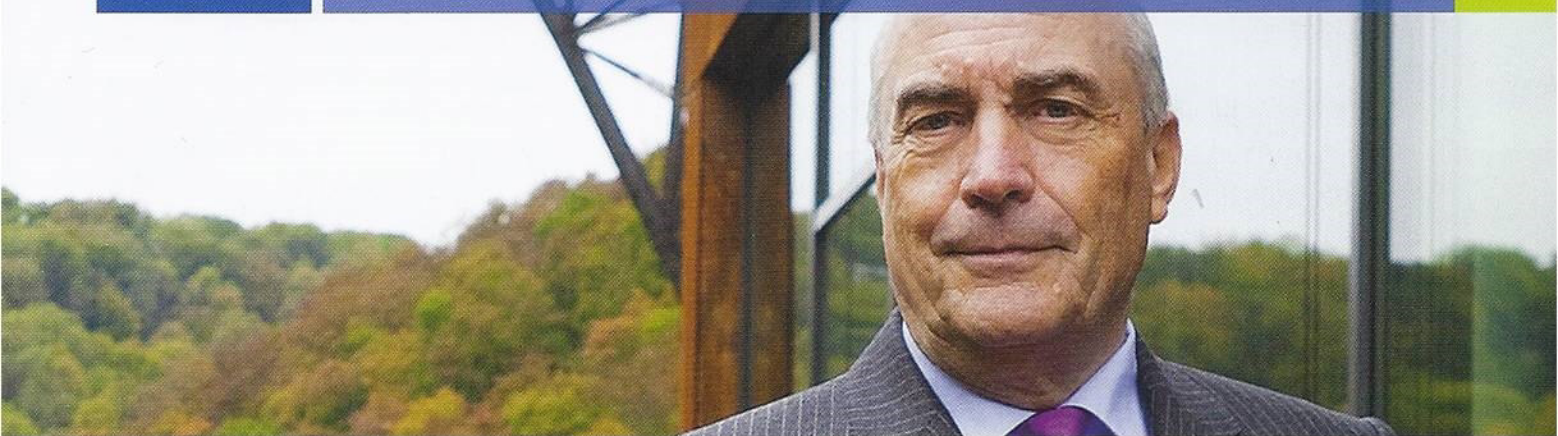
Konzept und Gestaltung: KOEMMET Agentur für Kommunikation, Wuppertal  
Fotos: Freistil, Jörg Lange, Jan Koemmet  
Druck: Druckhaus Ley & Wiegandt, Wuppertal





# marketingmix

Marketing-Club Bergisch Land e.V. News & Network 3/2012



**Liebe Clubfreunde,  
sehr geehrte Damen und Herren,**

es ist schon eine liebgewordene Routine, wenn Gudrun Jarosch aus unserer Geschäftsstelle mir die Mail schickt: „Hallo Herr Dams, könnten Sie bitte das Vorwort für das nächste Marketing-Mix schreiben?“.

Aber gern – und diesmal möchte ich die Gelegenheit nutzen, um mich nach sechs Jahren als Präsident des Marketing-Club Bergisch Land von Ihnen zu verabschieden. Zumindest in meiner Funktion als Präsident.

Als mich die Anfrage des Vorstandes seinerzeit erreichte, ob ich bereit sei, diese Aufgabe zu übernehmen, gab es für mich zwei Überlegungen. Einmal fühlte ich mich geehrt, dass mir diese Aufgabe angetragen wurde, zum Anderen musste ich mich als langjähriges recht passives Mitglied erstmals ernsthaft mit unserem Club befassen.

War es doch aus meiner Sicht in der Region Bergisch Land recht ruhig geworden und auch die Aktivitäten des Deutschen Marketing-Verbandes (DMV) und der 65 anderen regionalen Clubs waren mir wenig präsent.

So erkundigte ich mich bei den Mitgliedern des Vorstandes, was man denn von meiner Präsidenschaft erwarte. Ein

„weiter so“ konnte mich nicht interessieren. Eine Herausforderung, neue Akzente zu setzen, das Thema Marketing mit Leben zu füllen und unseren Club als Motor für diese Aufgabe zu positionieren schon eher.

Die Zusage des Vorstandes, diese Aufgabe gemeinsam mit mir anzugehen, gab dann den Ausschlag für meine Zusage.

So starteten wir dann auch folgerichtig mit einer Leit-Idee: „Bewegung“ hieß das Motto, an dem sich unsere Aktivitäten ausrichteten. Ungewohnt aber interessant war die Überlegung, „Marketing vor Ort“ als Standard für unsere Clubabende einzuführen. Gefolgt von einem abwechslungsreichen Programm, das die regionale Kompetenz in Verbindung mit dem Anspruch und der überregionalen Attraktivität namhafter Unternehmen und Referenten kombinierte.

„Exzellenz im Markt: 30 Jahre Marketing-Club Bergisch Land“ war das Motto unserer Jubiläumsveranstaltung am 24. Oktober 2008, mit der wir die Oberbürgermeister aus dem bergischen Städtedreieck als Ehrenmitglieder gewinnen konnten und mit der wir uns auch in der DMV-Community zurückmeldeten, indem wir den DMV-Präsidenten und viele Vertreter der Nachbar-Clubs zu uns einluden.

Aber wir haben in dieser Zeit nicht nur Jubiläum gefeiert und neue Mitglieder gewonnen, den Marketing-Mix wieder eingeführt, den Junioren-Club aktiviert, eine Standortbestimmung und Positionierung unseres Clubs (Club-Broschüre) durchgeführt, sondern auch unsere Marketing-Aktivitäten und unsere Kommunikation nach innen und außen intensiviert und verstärkt.

Diese Entwicklung war eine gute Voraussetzung, eine Reihe namhafter Mitglieder zusätzlich für eine Mitarbeit im Vorstand und im Beirat unseres Clubs zu gewinnen.

So sind wir als Club heute gut aufgestellt. In einer Situation, in der die Bedeutung des Marketings wieder in den Mittelpunkt einer strategischen Diskussion rückt und wir gehalten sind, uns an dieser Diskussion aktiv zu beteiligen.

Für mich ist es der richtige Zeitpunkt, mich aus der Tätigkeit eines operativ arbeitenden Präsidenten zurückzuziehen.

Nicht ohne meinen herzlichen Dank an die engagierten Mitglieder des Vorstandes, des Beirates und der Geschäftsstelle, mit denen ich in dieser Zeit erfolgreich zusammen arbeiten durfte.

Es hat Spaß gemacht.

Herzlichst Ihr  
Vok Dams, Präsident