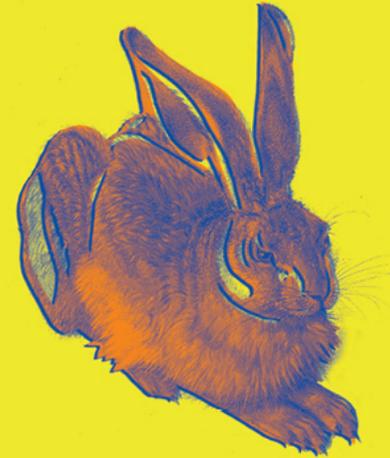
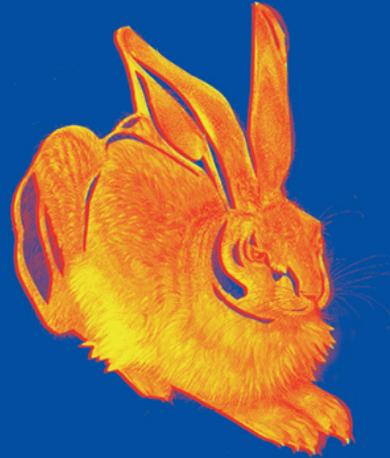
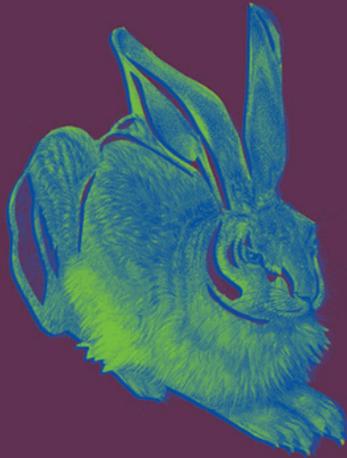




MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E. V.

FASZINATION MARKETING



Veranstaltungen im 1. Halbjahr 2017



MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E.V.



Mitgliederversammlung

und

Vorstellung des Programms 2017

30. Januar 2017

18:30 Uhr

Marmorsaal

Gewerbemuseumsplatz 2

Nürnberg



MY MÜSLI

Der Deutsche Marketingpreisträger 2016

Max Wittrock, Geschäftsführender Gesellschafter

Max Wittrock über den Erfolg bei der Jury-Präsentation: *„Ich glaube, wir konnten damit punkten, dass wir nicht die üblichen Buzzwords benutzt haben, die man im Marketing heute kennen muss, sondern dass wir einfach ein leckeres Müsli und einen hohen Kundennutzen bieten und das überzeugt viele Müsli-Freunde und anscheinend auch die Jury.“*

Ein Bio-Müsli, das sich der Verbraucher online selbst zusammenstellen kann. Mit dieser Idee startete das Unternehmen 2007 in Passau. Die Prognose von Experten lautete, dass der Markt noch nicht bereit für Lebensmittel online sei. Das Start-up-Unternehmen handelte nach dem Credo ‚Nur ein Markttest ist ein valider Test‘ – und war damit erfolgreich. Mittlerweile gibt es mymuesli in sechs Ländern und 50 eigenen mymuesli-Läden in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Marketing hat das Unternehmen in Berlin angesiedelt und betreibt es nach eigenen Aussagen viel konventioneller als zu seinen Anfangszeiten. Ein festes Marketing-Budget gibt es jedoch nach wie vor nicht: „Es wird in das investiert, was am besten funktioniert“, ist Max Wittrock überzeugt.

„Eine Multi-Channel-Strategie, die aufgeht“, so Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband und Vorsitzender der Jury des DEUTSCHEN MARKETING PREISES.



ZEITGEIST – WAS KOMMT? WAS BLEIBT?

Niels Holger Wien
Trend Analyst und Farbexperte
DEUTSCHES MODE INSTITUT

Niels Holger Wien ist ein international erfolgreicher **Trendanalyst**.
Im MCN ist er bekannt und etabliert als überaus begeisternder
Referent für „Zeitgeist“.

Wie in den letzten Jahren, wird er uns durch seine Kreativität mitreißen
und in „neue Welten“ entführen.

Neues Design und neues Interior... Kunst und außergewöhnliche
Ausstellungen... Popkultur und Buchkultur ... Weltanschauungen...
- all dies fließt ein in das, was „Zeitgeist“ ausmacht.

Mit seiner beeindruckenden Bildersprache und den fast unendlichen
Beispielen aus der internationalen Welt von Kultur und Lifestyle wird er
uns in seiner unnachahmlichen Art aufzeigen, aus welchem Grund etwas
zum Trend avanciert und welche Themen für 2017 bedeutend sein und
den Lifestyle prägen werden.



MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E.V.



MAMMUT

Absolute Alpine – Wettersturz im Outdoormarkt

Dean Polic
Geschäftsführer Deutschland

Neue Herausforderungen für Mammut, den Premium-Anbieter im Bergsportbereich.

Wie stellt sich eine hochpreisig positionierte Marke wie Mammut den neuen Herausforderungen und welche strategischen Stellhebel werden umgelegt?

Die Entwicklung des Outdoormarkts in Deutschland und wie sich eine Branche neu aufstellen muss. Die Antworten eines ehemals gehypten Nischenmarktes auf die massiven Veränderungen des Kundenverhaltens bekommen wir an diesem Abend aus erster und authentischer Hand im Marketing Club vorgestellt.

03. April 2017

18:30 Uhr

Marmorsaal

Gewerbemuseumsplatz 2

Nürnberg



MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E.V.



LUXHAUS.

LUXHAUS

Investitionsintensive Einmalanschaffung und Realisierung eines Traums

Carolin Seufert

Marketing Leiterin

Ralf Zimmermann, Leiter Technik & Auftragsabwicklung

LUXHAUS - das Architektenhaus unter den Fertighäusern
Marketing im Spannungsfeld zwischen „investitionsintensiver
Einmalanschaffung“ und „Realisierung eines Traums“

Werksführung mit Ralf Zimmermann von 16:00-17:00, anschließend
Vorstellung des LUXHAUS Marketings und Get-Together.

Carolin Seufert ist seit 2008 Marketingleiterin beim in dritter Generation
unternehmergeführten Energiesparhaushersteller LUXHAUS in
Georgensgmünd.

Ralf Zimmermann ist seit 2011 bei LUXHAUS verantwortlich für Technik und
Auftragsabwicklung. Er kam nach seiner Ausbildung zum Schreiner und dem
Holzbauingenieurstudium in Rosenheim im Jahr 2002 zum Unternehmen, wo
er in den folgenden Jahren als Konstrukteur, Entwicklungsingenieur sowie
Leiter Qualitätsmanagement und Kundenservice tätig war.

24. April 2017

16:00 Uhr

Marketing vor Ort

Pleinfelder Str. 64

Georgensgmünd



MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E.V.



MC DONALD'S

„Restaurant der Zukunft“

Bodo Wißkirchen
Inhaber

Erfolgreiches Marketing führt zu einer starken Marke. McDonald's kennt in Deutschland und weltweit fast jeder. Der Markenname gehört zu den wertvollsten der Welt. Im Wirtschaftsleben ist nachhaltiger Erfolg nie dem Zufall geschuldet.

Während viele Unternehmen darauf achten rechtzeitig auf Trends zu reagieren, ist McDonald's aufgrund seiner Größe und Marktmacht in der Lage in der Gastronomiebranche Trends zu setzen. Die deutschlandweite Umrüstung aller McDonald's Restaurants in sogenannte „Restaurants der Zukunft“ (RdZ) bis 2020 ist ein solcher Trend.

Am 09.05. ist der Marketing Club zu Gast im wenige Tage vorher modernisierten „Restaurant der Zukunft“ bei McDonald's in Nürnberg. Inhaber Bodo Wißkirchen stellt die Neuerungen vor und spricht im Rahmen seines Vortrags über die vielfältigen Erfolgsfaktoren der Marke McDonald's. Im Anschluss finden Gruppenführungen statt, in denen Auszubildende die Bereiche des Restaurants zeigen und erklären, die einem Gast normalerweise verborgen bleiben.

09. Mai 2017

18:30 Uhr

Marketing vor Ort

Sigmundstr.100

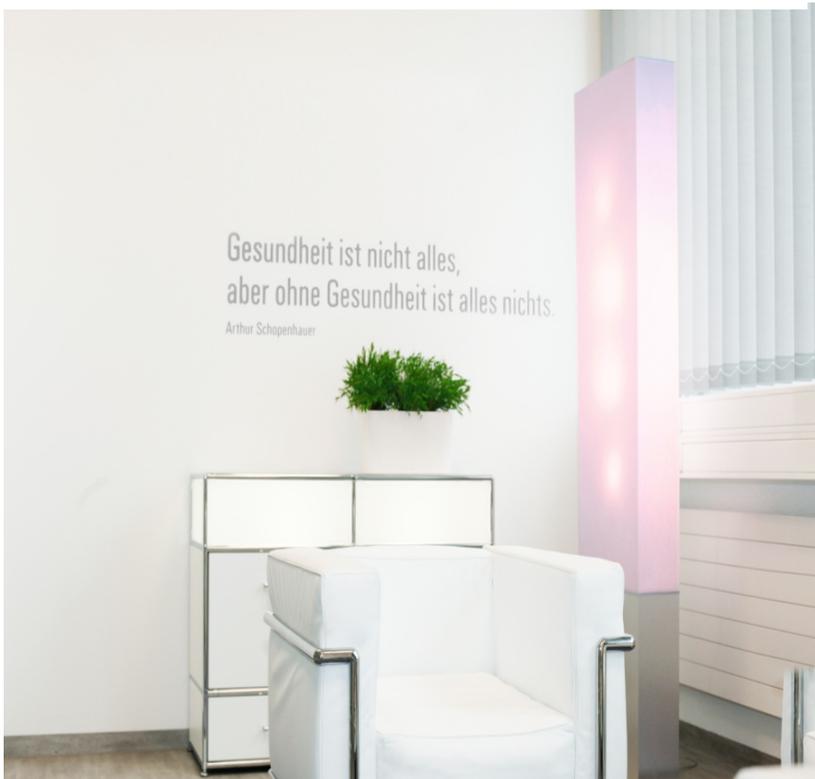
Nürnberg



MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E.V.



Preventive Care Center
Aktiv Krankheiten vermeiden



PREVENTIVE CARE CENTER

Was hat eine Darmspiegelung mit Direktmarketing zu tun?

Dr. Sue Seifert
Geschäftsführerin

Denken Sie auch: Darmspiegelung und Glück – das passt nicht zusammen? Falsch gedacht: Von Darmspiegelungen können wir viel darüber lernen, wie wir unser eigenes Glück selbst in die Hand nehmen und gestalten können. Wie ist das möglich? Und wie sage ich es meinem Kunden?

Eine Darmspiegelung ist wahrlich kein Impulsprodukt auf das - schon bei dem kleinsten Gedanken daran - jeder sofort Lust bekommt und ein Glücksgefühl erlebt. Sie ist nicht zu vergleichen mit einer Handtasche für die Frau oder einer Bohrmaschine für den Mann.

In der Vorsorge und Prävention hat die Darmspiegelung jedoch eine hohe Relevanz, da mit ihr der Darmkrebs nahezu vermeidbar ist. Das Thema hat also auch eine immense volks- und betriebswirtschaftliche Bedeutung. Wie schaffe ich es also die Compliance für eine Darmspiegelung zu erhöhen?

Dr. Sue Seifert, Geschäftsführerin der Preventive Care Center GmbH, wird aufzeigen wie Darmkrebs entstehen kann und welche große Chancen in der Vermeidung dieser und weiterer Erkrankungen bestehen. Sie zeigt mit einer gesunden Portion Humor auf, wie sie die Compliance für Vorsorge, Prävention und Früherkennung erhöht und wie dadurch Erkrankungen besser vermieden werden können als im bundesdeutschen Durchschnitt. Dann kann selbst ein erklärungsbedürftiges Produkt wie die Darmspiegelung glücklich machen, weil man die Gewissheit hat, dass man gesund ist.

29. Mai 2017

18:30 Uhr

Marketing vor Ort

Forchheimer Str.8

Nürnberg



MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E.V.



KNOPF IM OHR

STEIFF

Evolution einer Marke – Der Teddybär auf dem Weg ins digitale Zeitalter

Stephan Körber
Marketing Leiter

Wer hatte ihn in damals nicht, einen Teddybär mit Knopf im Ohr? Und wenn es kein Teddy war gab es genug andere Plüschtiere, die uns die Kindheit versüßten. Wie gelingt es einer so traditionsreichen und erfolgreichen Marke, mit Gründungsjahr 1880, im Jahr 2017 einen Spagat zwischen Tradition und Moderne hinzubekommen und die Digitalisierung im Marketing-Mix nicht außer Acht zu lassen?

Das alles bringt uns Marketingleiter Stephan Körber bei einer Reise in die Vergangenheit mit Blick in die Zukunft spannend näher. Und sicher kommen an diesem Abend viele unserer Kindheitserinnerungen zurück....Spielen ausdrücklich erlaubt!

19. Juni 2017

18:30 Uhr

Marmorsaal

Gewerbemuseumsplatz 2

Nürnberg



Wettbewerbsvorteil Geschwindigkeit – Den digitalen Wandel produktiv nutzen

Martin Geiger
Effizientrainer & Internationaler Top-Speaker

Die Märkte haben sich verändert: Die Zeiten, in denen Qualität allein ausreichte, um geschäftlich erfolgreich zu sein, sind vorbei. „Pünktlich“ ist das neue „zu spät“.

Im digitalen Zeitalter entscheidet Tempo über den Erfolg von morgen. Geschwindigkeit ist dabei längst zu einem der wesentlichsten Faktoren in Sachen Marketing und Kundenservice geworden. Und damit Chefsache.

Nicht umsonst gilt Martin Geiger heute als einer der begehrtesten Vortragsredner, dem es als mitreißendem Sprecher aufgrund seiner Authentizität gelingt, seine Zuhörer sowohl gekonnt zu unterhalten, als auch seine Strategien praxisnah und mit Humor zu vermitteln. Enthusiastisch vermittelt der gefragte Referent seinen Zuhörern die sofort umsetzbaren und nachhaltig wirksamen Strategien einer selbstbestimmten Zeitverwendung. Seine umfassende praktische Erfahrung verleiht ihm selbst in der elitären Riege der Top-Speaker eine Ausnahmestellung.



MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E.V.

TIERGARTEN NÜRNBERG

Marketing und Management hinter den Kulissen des Tiergartens



Dr. Dag Encke, Direktor Tiergarten Nürnberg
Dr. Nicola Mögel, Leiterin Kommunikation &
Öffentlichkeit

Auf 63 Hektar erstreckt sich die herrliche Naturkulisse des Tiergarten Nürnberg mit zahlreichen Wasserflächen, altem Baumbestand, Sandsteinformationen und ausgedehnten Wiesen. Rund 2.700 Tiere und 270 Tierarten gibt es hier zu entdecken.

Wussten Sie aber, dass sich der Tiergarten Nürnberg aktiv für Artenschutz, Naturschutz und Umweltschutz engagiert? Dass Wissenschaftler und Studenten aus aller Welt Forschungsprojekte durchführen? Dass mehr als 100 Menschen im Tiergarten arbeiten? An diesem Abend erfahren Sie alles, was abseits der Gehege und hinter den Kulissen des Tiergarten Nürnberg passiert.

24. Juli 2017

19:00 Uhr

Marketing vor Ort

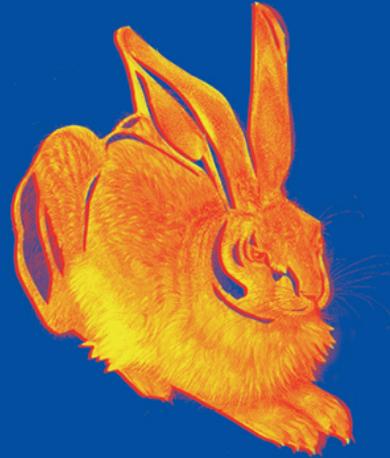
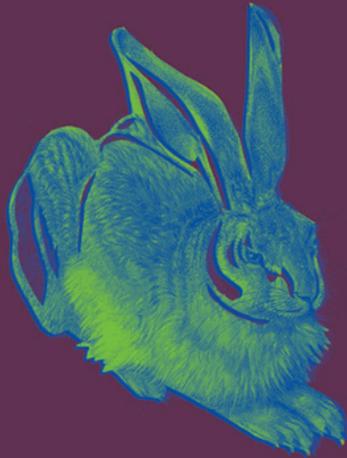
Am Tiergarten 30

Nürnberg



MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E. V.

FASZINATION MARKETING



Veranstaltungen im 2. Halbjahr 2017



MARKETING-CLUB
NÜRNBERG E.V.



AUSBLICK 2. Halbjahr

Wahlkampf-Marketing

Wissenschaftspreis 2017

KIA – Autos

Douglas - Kosmetik

Vedes - Spielzeug

EBL – Bio-Lebensmittel

Riegelein – Schokolade