

Die Junior Marketingprofessionals, kurz JUMPs, laden alle zwei Monate zum M-Clubbing (Juniorenstammtisch) ein – Termine werden auf der Homepage www.marketingclub-nuernberg.de und per Newsletter bekannt gegeben.

GEFÖRDERT DURCH:

FASZINATION MARKETING

WIR ÜBER UNS

Auch Marketing braucht eine Lobby. Die 66 Marketing-Clubs und ihre Dachorganisation, der Deutsche Marketing Verband (DMV), sind der Berufsverband für alle Marketing-Profis in Führungspositionen.

Was Sie als Verantwortlicher im Bereich Marketing suchen – der Marketing-Club Nürnberg bietet es Ihnen: Fachvorträge, Informationen, Weiterbildung, Erfahrungsaustausch und vielfältige Kontakte zu Fachleuten aus allen Bereichen des Marketings.

Das Programm, das Sie in Ihren Händen halten, zeigt dabei nur einen Teil des Angebots für unsere Mitglieder. Wer den Marketing-Club erst einmal kennenlernen möchte, kann mit der Gastkarte das Programmangebot zu besonders günstigen Konditionen testen.

In unserer Region haben schon 330 Marketing-Fachleute in verantwortlicher Position den Weg in den Marketing-Club Nürnberg gefunden. Wann finden Sie ihn? Unsere Geschäftsstelle (Telefon: 0911/214 55-20) steht Ihnen jederzeit gerne als „Wegweiser“ zur Verfügung.

+ SAUER STAUDACHER KOMMUNIKATION

Sauer + Staudacher Kommunikation GmbH & Co. KG
Moltkestraße 15 / 90429 Nürnberg
Tel.: 0911/76610-0 · Fax: 0911/76610-79
mail@sauerstaudacher.de · www.sauerstaudacher.de

PROGRAMM 2012

VERANSTALTUNGSORT



Marketing-Club Nürnberg e. V.
Geschäftsstelle: NÜRNBERGER Akademie
Gewerbemuseumsplatz 2 / 90403 Nürnberg

Tel.: 0911/214 55-20 · Fax: 0911/214 55-22
info@marketingclub-nuernberg.de
www.marketingclub-nuernberg.de

Ansprechpartnerin: Erika Pogoda



metropolregion nürnberg
KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.

VERANSTALTUNGSORT

Marmorsaal in der NÜRNBERGER Akademie
Gewerbemuseumsplatz 2 / 90403 Nürnberg



VERANSTALTUNGSBEGINN

Die Veranstaltungen beginnen – wenn nicht anders ausgewiesen – jeweils um 18.30 Uhr

PROGRAMMVERANTWORTUNG

BIRGIT BRÜNS, Geschäftsführerin GfK SE,
Bereich GfK Marktforschung, Nürnberg
Vizepräsidentin des Marketing-Club Nürnberg



30. JANUAR 2012

MITGLIEDERVERSAMMLUNG UND VORSTELLUNG DES PROGRAMMS 2012

13. FEBRUAR 2012

MARKETING IN DER (WIRTSCHAFTS-) KRISE – EIN ETHISCHES PROBLEM?

PROFESSOR DR. MATTHIAS S. FIFKA
Stiftungslehrstuhl für Internationale Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit, Cologne Business School, Köln

27. FEBRUAR 2012

VON MASKEN UND MENSCHEN Leidenschaft, Extravaganz und stoffgewordene Träume – Aus dem Leben eines Modedesigners

DAWID TOMASZEWSKI, Fashion Designer, Berlin

12. MÄRZ 2012

SOCIAL MEDIA Welche Effekte hat Social Media auf das Markenimage? Ein Wirkungsvergleich zwischen Facebook, YouTube, einem Autoforum und einer Hersteller-Website.

DR. CHRISTIAN JARCHOW, Direktor Online-Forschung, GfK Marktforschung, Nürnberg

26. MÄRZ 2012

SCHÜCO – DEUTSCHER MARKETING-PREISTRÄGER 2011 Vom Spezialisten für Fenster zum grünen Technologieunternehmen

TANJA BRINKS, Direktorin Marketing und Mitglied der Geschäftsführung der Schüco International KG, Bielefeld

23. APRIL 2012

GOOGLE – DATA IS THE NEW OIL Google Tools und ihr Einsatz im Marketing

THOMAS UTZINGER, Head of Crossmedia Research, Google Germany GmbH, Hamburg

21. MAI 2012

AKADEMIKER FÜR DAS MARKETING Bachelor und Master: Wie bayerische Studierende im internationalen Vergleich auf die Marketingwirtschaft von morgen vorbereitet werden.

THOMAS NAU, Direktor IBS Nürnberg
PROFESSOR DR. KAI-UWE WELLNER, Georg-Simon-Ohm-Hochschule Nürnberg

MARKETING VOR ORT: International Business School, Karl-Grillenberger-Straße 3, 90402 Nürnberg

25. JUNI 2012, 19:00 UHR

CARL GROSS – KLASSISCHER DRESSCODE FÜR MÄNNER Internationaler Zeitgeist – Italienische Stoffe – traditionelle Schneiderkunst

RALPH BÖHM, Geschäftsführer Vertrieb, Création Carl Gross GmbH & Co KG, Hersbruck

MARKETING VOR ORT: Creation Gross GmbH, Houbirgstraße 7, 91217 Hersbruck

03. JULI 2012, 18:00 UHR - 21:00 UHR

WORKSHOP: DIE MACHT DER BILDER Semiotik - die Sprache der Bilder verstehen

BARBARA PRIMAS, Leiterin Psychologische Forschung u. Qualitative Research GfK, Nürnberg
ANNE SCHWEICKHARDT, Senior. Res. Consultant, Qualitative Research GfK, Nürnberg

16. JULI 2012, 18:30 RUNDGANG / 19:30 VORTRAG

adidas – BEHERRSCHE DAS SPIEL Die Weltmarke adidas und ihr Weg zur Fußball-EM 2012

CLAUS PETER MAYER, Head of Sports Marketing Soccer, adidas AG, World of Sports, Herzogenaurach

MARKETING VOR ORT: adidas AG, Adi-Dassler-Straße 1, 91074 Herzogenaurach

24. SEPTEMBER 2012

SORTIMENTS-KOMPETENZ AM POINT OF SALE VERKAUFEN Möglichkeiten der Blickregistrierung für die Sortimentsgestaltung. Ein Beispiel für erfolgreiche Zusammenarbeit von Wissenschaft und Marketing.

BRITTA OLSEN, Leitung Marketing, STAEDTLER Mars GmbH & Co. KG, Nürnberg
PROF. DR. FLORIAN RIEDMÜLLER, Georg-Simon-Ohm-Hochschule Nürnberg

08. OKTOBER 2012

FITNESS FIRST – MAKING THE WORLD A FITTER PLACE

STEFAN TILK, Geschäftsführer Fitness First Germany GmbH, Frankfurt

22. OKTOBER 2012

DEUTSCHES MODE-INSTITUT – DIE FARBEN DES SOMMERS 2013 Farboffensive mit Leichtigkeit und Frische

NILS HOLGER WIEN, Modedesigner und Trendexperte, Halle/Saale

08. NOVEMBER 2012

MARKETING STAR 2012 Marketing made in Nürnberg

VERLEIHUNG DES MARKETING STAR 2012
Historischer Rathaussaal der Stadt Nürnberg

19. NOVEMBER 2012

FRESSNAPF – ALL YOU NEED IS A FRIEND

DANIEL EULER, Ressortleiter Marketing, Fressnapf Tiernahrungs GmbH, Krefeld

05. DEZEMBER 2012

BARTHELMESS – BETTER VISUAL MERCHANDISING FOR YOUR POINT OF SALE

Weihnachtswunderwelt bei Barthelmess

WOLFGANG BASTERT, CEO Barthelmess Group, Fürth

MARKETING VOR ORT: Barthelmess GmbH, Schwabacher Straße 510, 90763 Fürth

Falls nicht anders angegeben, finden die Veranstaltungen im Marmorsaal der NÜRNBERGER Akademie um 18:30 statt.

NÜRNBERGER Akademie
Gewerbemuseumsplatz 2
90403 Nürnberg