

Vorstand des Marketing Clubs Bremen neu aufgestellt

MC Bremen

Dr. Christoph Heberling ist neuer Präsident des Marketing Clubs Bremen e.V. Ihm zur Seite stehen elf weitere Vorstände. Auf der Mitgliederversammlung wurde **Dr. Christoph Heberling** – Rechtsanwalt und seit 2001 Mitglied im Marketing Club – zum neuen Präsidenten gewählt. Der Geschäftsführer des Clubs, **Michael Arzenheimer**, wurde in seinem Amt bestätigt. **Heinz Seraphin** (WISAG), zuständig für Mitgliederwerbung, und **Ulf-Brün Drechsel** (Brand Merchand GmbH), als DMV-Botschafter zuständig für das Verbandsmanagement, wurden gleichfalls wiedergewählt.

Insgesamt acht Fachressorts sind neu installiert. Weiterbildungsprogramm und Angebote betreut **Janet Wilhelmi** von der Sparkasse Bremen. **Katrin Röpke**, Medien & Training, übernimmt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. **Rabea Seiler**, NUK Babycare, führt die Onlinestrategie. **Frank Felix**



1. Reihe v.l.n.r.:

Dr. Christoph Heberling,
Frank Brunnée,
Dr. Fabian Stichnoth,
Prof. Dr. Philip Maloney

2. Reihe v.l.n.r.: **Ulrike Fennert**, **Katrin Röpke**,
Bernd Sonnemann,
Heidrun Brandes

3. Reihe v.l.n.r.: **Michael Arzenheimer**, **Thorsten Weber**, **Stefan Schnier**,
Björn Gerlach

Brunnée, Brunnée Marketing GmbH & Co. KG, kümmert sich um Multiplikatoren

und Networking. Der Bereich Mitgliederbetreuung ist aufgestockt: **Bernd Sonnemann**, Ströer GmbH, wird ab sofort von **Thorsten Weber**, Contact Software GmbH, unterstützt.

Dr. Fabian Stichnoth, Smart insights GmbH, verantwortet das Ressort Markt- und Markenforschung. Für die Kulturkooperationen setzt sich der Geschäftsführer der Kunsthalle Bremen, **Stefan Schnier**, ein und für die Wissenschaftskooperationen **Prof. Dr. Philip Maloney**, Professor der Fakultät Betriebswirtschaft/Marketing an der Hochschule Bremen. ①

Science Slam – 4. Wissenschaftspreis des Marketing Clubs Nürnberg

In Nürnberg hat die akademische Auseinandersetzung mit dem Marketing in Deutschland 1935 seinen Ursprung genommen, und auch in Zukunft wird das Thema Marketing in der Metropolregion Nürnberg eine wichtige Rolle spielen

MC Nürnberg

In diese Stärke der Region hat dieses Jahr auch wieder der Marketing Club Nürnberg investiert und zum vierten Mal den, mit 1500 Euro dotierten, Wissenschaftspreis verliehen.

Dieses Jahr wurde dieser zum ersten Mal als Science Slam präsentiert, bei dem die vier Finalisten ihre Arbeiten in Kurzpräsentationen vorstellten und Publikum und Jury für sich begeistern mussten. Dem vorausgegangen war eine Ausschreibung unter allen Hochschulen und Universitäten der Metropolregion, die ein Masterstudium mit Schwerpunkt Marketing anbieten. Die Absolventen begeisterten das Publikum und die Jury mit den verschiedensten Fragestellungen:

„Welche Schlüsse kann man aus Big-Data-Analysen für die Kundensprache in der Modeindustrie ziehen?“ – **Ines Schweigert**, FAU

„Wie kann man das brachliegende Asset Geodaten im Marketing besser nutzbar machen?“ – **Tobias Neuberger**, FOM

„Was macht Printwerbung für Profis im B-to-B-Kontext besonders?“ – **Jonathan Zimmermann**, TH Nürnberg

V.l.n.r.:

Jonathan Zimmermann,
Jasmin Feste,
Gewinnerin **Ines Schweigert** und
Tobias Neuberger



„Wie kann das Bedürfnis nach einer Partnerschaft die Präferenz für Produktvielfalt beeinflussen?“ – **Jasmin Feste**, Universität Bamberg

Am Ende konnte sich Ines Schweigert gegen Jasmin Feste, Jonathan Zimmermann und Tobias Neuberger behaupten und den Science Slam 2017 für sich entscheiden. Ganz herzlichen Dank bei allen Sponsoren, die Firmen Datev, Sparkasse Nürnberg, Stadtreklame und ibs international business school Nürnberg, die mit ihrer Unterstützung den Absolventen und der Wissenschaft die Bühne ermöglichen, die sie verdient haben. ①