

25 Jahre Marketing-Club

Mit viel Vorfreude startet der Marketing-Club Ortenau/Offenburg in sein Jubiläumsjahr. Bei der Mitgliederversammlung wurde das neue Programm vorgestellt und das vergangene Jahr resümiert.

Offenburg (red/jjz). Bei der Mitgliederversammlung im Forum am Rhein in Neuried resümierte der Vorstand das vergangene Clubjahr und gab einen Ausblick auf das Marketingjahr 2024, das ganz im Zeichen des 25-jährigen Jubiläums steht, heißt es in einer Mitteilung des Clubs.

Zu Beginn dankte Clubpräsident Duschon Gert allen Vorstandsmitgliedern, Mitgliedern, Sponsoren und Freunden des Marketingpreises, die den Marketing-Club Ortenau/Offenburg in den vergangenen 25 Jahren vorangebracht haben. Auch den Gründungspräsidenten des Marketing-Clubs, Lothar Nadler, hieß er herzlich willkommen.

Weiter ging er auf drei Trends ein, die aktuell die Marketingbranche prägen und auch für den Club zu wichtigen Themen würden: Digitalisierung und KI, Personalisierung sowie Nachhaltigkeit. „Wir werden das Thema Nachhaltigkeit verstärkt angehen müssen, um unserer sozialen Verantwortung gerecht zu werden“, so Duschon Gert. Bei allen drei Trends gebe es ständig neue Entwicklungen in rasanter Geschwindigkeit. Es gehe darum, sich mit den Möglichkeiten zu befassen und Dinge umzusetzen, um nicht den Anschluss zu verpassen.

Made in Germany

Neuigkeiten gab es vom Deutschen Marketing Verband, bei dem sich vieles im



Mit stabilen Mitgliederzahlen startet der Marketing-Club Ortenau/Offenburg ins Jubiläumsjahr.

Foto: Marketing-Club

Umbruch befinde – unter anderem die Namensänderung in „Bundesverband Marketing Clubs“. Das neue deutschlandweite Leitthema drehe sich um die Idee, „Made in Germany“ als Marke wieder stärker in den Fokus zu rücken. „Diese Leitidee integrieren die regionalen Clubs bestmöglich“, bestätigte Gert und ergänzte: „Darüber hinaus haben wir eigene wichtige Vorhaben, die wir als Club unabhängig vom Verband angehen wollen, insbesondere die Digitalisierung.“ Dementsprechend wurden die bestehenden clubinternen Fachteams um ein weiteres ergänzt, heißt es in der Mitteilung weiter. Das Fachteam

Club-IT optimiere die IT-Plattform samt Mitgliederbereich, um agiler zu werden und den Mitgliedern eine bessere Vernetzung und zusätzliche Funktionen zu bieten.

Stabile Mitgliederzahlen

Mit aktuell 327 Mitgliedern zeige der Club Beständigkeit – im Gegensatz zu den rückläufigen Mitgliederzahlen der meisten Marketing-Clubs deutschlandweit. Ein Großteil der Mitglieder sei bereits seit vielen Jahren dabei. So konnte das Führungsteam in diesem Jahr um sechs neue Beiratsmitglieder erweitert werden, heißt es in der Mitteilung.

Als geschäftsführender Vorstand gab Florian Schneider einen Einblick in die Veranstaltungszahlen 2023. Im Durchschnitt seien 70,5 Teilnehmer zu den Vorträgen und Marketingvor-Ort-Terminen gekommen. Das bestbesuchte Event sei das Sommerspecial mit 126 Teilnehmern gewesen. „Der nicht durchgeführte Marketingpreis hat die durchschnittliche Teilnehmerzahl im Vergleich zu den Vorjahren etwas gesenkt“, wird Schneider in der Mitteilung zitiert.

Austausch fördern

Welche Highlights 2024 warten, kündigte Vize-Präsidentin Sandra Wörner an. Neben Impulsvorträgen verschiedener Referenten und drei Marketingvor-Ort-Terminen (Volksbank Lahr eG, Sevdesk GmbH und Stadt Oberkirch) werde es ein neues Veranstaltungsformat geben, das das Networking und den Wissensaustausch untereinander fördern soll.

Daneben sei 2023 aus finanzieller Sicht ein positives Jahr mit einem leichten Überschuss gewesen, wie Finanzvorstand Martin Mildener aufzeigt. Er wurde ebenso wie der Gesamtvorstand ohne Gegenstimmen entlastet, heißt es in der Mitteilung.

Für 20 Jahre Mitgliedschaft wurden Dominik Fehringer und Andrea Kremper geehrt, für zehn Jahre Julia Czichon, Udo Fischer sowie Franz Kern, heißt es in der Mitteilung schließend.