

19.01.1998

Den erstmals verliehenen Chemnitzer Meilenstein erhält die Simec GmbH & Co. KG Simulationstechnik Chemnitz.

05.05.1998

Der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) ist 6. Träger der Marketingauszeichnung Ost, die seit 1993 vom Deutschen Marketingverband vergeben wird. Der Ehrenpreis, den von nun an auch die anderen Preisträger Ost erhalten, ist eine Kreation aus den Reihen des MC Chemnitz.

06.09.1999

EXPO 2000 – Zukunft wird aus Ideen gemacht. Unter dieser Schlagzeile spricht Prof. Dr. Goehrmann mit Blick auf die Weltausstellung über den unverzichtbaren Wert von Messen und das erforderliche Messermarketing.

20.03.2000

Ein Superstar der internationalen High-Tech-Branche stellt sich vor: Die INTERSHOP Communication GmbH aus Jena. Trends und Chancen des e-commerce für den Mittelstand sind das Thema.

08.05.2000

Einen verblüffend neuen Blickwinkel des Standortmarketing vermittelt der Abend mit dem Polizeipräsidenten Chemnitz: „Sicherheit als Standortfaktor“.



24.08.1998: Der langjährige Vorstandsvorsitzende der Volkswagen AG und Ehrenbürger der Stadt Chemnitz, Dr. Carl Hahn, ist Gast unseres Clubs.



07.06.1999: Heinz W. Pfeifer, Chef der Glashütter Uhrenbetriebe (GUB) hat ein zuverlässiges Gehör dafür, wie der Markt tickt.



22.09.1997: Marketing vor Ort bei der „Crème de la Crème“, der Florena Kosmetik in Waldheim.



01.02.1999: Auch Sachsens Wirtschaftsminister Schommer gibt sich die Ehre.

## Prominente Gäste und Gastgeber des Clubs



1999/2000: Edvard-Munch-Ausstellung. Ein unvergessliches Kulturereignis für den Marketing-Club, für Chemnitz und insgesamt 40.000 Besucher aus Deutschland und der Welt. Charmante Gastgeberin bei einer Spezialführung für den Club; Museumschefin Ingrid Mössinger (ganz links).



Der Präsidiumstisch. Bei festlichen Anlässen klingen auch mal die Gläser, im Regelfall jedoch nur das „Ordnungsinstrument“ Glocke.

Links: Vorstandssitzung mit „privatem Teil“

### Impressum

Herausgeber: Marketing-Club Chemnitz e.V.  
 Sekretariat: Annaberger Straße 240, 09125 Chemnitz  
 Telefon: 03 71/5 34 74 47  
 Fax: 03 71/5 34 72 86  
 E-Mail: mc.chemnitz@online.de  
 Internet: www.marketing-club-chemnitz.de  
 Gesamtherstellung: P&S Marketing, Chemnitz

GEBURTSTAGS

# CLUB-REPORT

Mitgliederzeitung des Marketing-Clubs Chemnitz e.V.

10/2000



Große Freude, großer Bahnhof bei der jungen Firma Modée. Sie erhielt im 10. Jahr des Clubs den 3. Chemnitzer Meilenstein, den Ehrenpreis des MC Chemnitz für innovative Firmen.

## Club mischt sich ein mit Ideen und Kritik

Beitrag zum Standortmarketing für Chemnitz

Den flotten Spruch, „Hier ist was los“ kann der Marketing-Club Chemnitz auf ehrenwerte Weise für sich in Anspruch nehmen.

Als 44. Club der Deutschen Marketing-Vereinigung wurde der Marketing-Club Chemnitz 1990 gegründet. Mit Dresden und Leipzig war damit der Sachsendreier aus dem ostdeutschen Raum in diesem Berufsverband komplett. Als Präsident wurde Dieter Gertler gewählt, Vorstandsvorsitzender der Robotron Ascota AG, Chemnitz.

Mit heiterer Gelassenheit bekennen heute langjährige Clubmitglieder, dass damals der Begriff Marketing für sie noch sehr erklärungsbedürftig war.

Der damalige Präsident der Deutschen Marketing-Vereinigung, Dr. Walter Trux, räumte allerdings als Gast der Gründungsveranstaltung offen ein, dass auch Unter-

nehmen der Bundesrepublik Marketing oft nur bei Vertrieb und Produktwerbung ansiedelten.

Für erfolgreiche Marktbearbeitung müsse Marketing aber bereits mit der Produktion bestimmend sein.

Inzwischen gehören längst auch manche Clubmitglieder zu denen, die durch Erfahrungsaustausch andere an ihrem Erfolg teilhaben lassen.

Der Marketing-Club Chemnitz hat sich wie alle in dem Dachverband, der heute Marketing-Verband e.V. heißt, zusammengeschlossenen Clubs in das wirtschaftliche, politische und kulturelle Leben der Stadt und der Region eingemischt.

Im Rückblick auf diese 10 Jahre ist eine Menge an „Beweismaterial“ dafür zusammengelassen.

Dieser Jubiläums-Clubreport hat sich zur Aufgabe gemacht, daran zu erinnern.



Herbstausflug 2000 mit Symbolwert für 10 Jahre (Ost-)Marktwirtschaft, unbekanntes Gelände, schmaler Pfad, rechts und links Gefahr. Keine blühenden Landschaften aber viel Hoffungsgrün.

14.09.1990

Gründungsveranstaltung des Chemnitzer Clubs. Den Leitgedanken formuliert Wilhelm Zundler, Vizepräsident Deutsche Marketing-Vereinigung: „Vom Markt her denken – Mit Marketing führen“.

Patentclub ist der Marketing-Club der Partnerstadt Düsseldorf. Der Chemnitzer Club wird als 44. Mitglied der Deutschen Marketing-Vereinigung aufgenommen. Als Club-Präsident wird Dipl. Ing. Dieter Gertler gewählt.

# 10

J A H R E



# 10

J A H R E

23./24.09.1990

Der MC Chemnitz ist zu Gast bei seinen Freunden und Kollegen im Düsseldorfer Marketing-Club. Es gibt einen Erfahrungsaustausch über die wirkungsvolle Programm-arbeit. Den Abschluss der beiden ebenso nützlichen wie angenehmen Tage bildet ein gemeinsamer Abend in der Düsseldorfer Altstadt.

Oktober 1990

Das erste Clubprogramm geht an die Mitglieder. Insgesamt 10 spannende Veranstaltungstage bieten ein attraktives Programm.

Das erste Thema heißt: „Die Vertriebsorganisation in der Marktwirtschaft“.

07.01.1991

Der erste Clubabend findet im Hotel „Chemnitzer Hof“ statt. Das erste Haus am Platze bis heute das Stammhaus des Marketing-Clubs Chemnitz.

06.02.1991

Im städtischen Festsaal Freiberg nimmt der Chemnitzer Club gemeinsam mit dem Dresdner Club an der Präsentation des Preisträgers 1990 des Deutschen Marketingpreises teil. Die Auszeichnung wurde der AEG Hausgeräte zugesprochen.



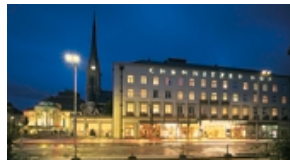
J A H R E

## Tradition und Innovation

Im Chemnitzer Hof (rechts), dem ersten Haus am Platze seit 1930, hat der Marketing-Club in den vergangenen 10 Jahren fast alle Club-abende und auch zahlreiche Sonderveranstaltungen durchgeführt.



Die günstige Lage am schön-



ten Platz von Chemnitz, dem Theaterplatz mit direktem Zugang zur Tiefgarage, hat es den Clubmitgliedern und den Gästen immer leicht gemacht, mit Parkplatz-garantie pünktlich zu den Veranstaltungen einzutreffen.

2000 wechselte der Sitz des Sekretariats. Es residiert jetzt ganz innovativ im Technologiezentrum Chemnitz (links).



Am 14.09.1990 gratuliert Dr. Walter Trux, Aufsichtsvorsitzender der Deutschen Post und Präsident der Deutschen Marketingvereinigung, Dieter Gerler zur Wahl als erster Präsident des Marketing-Clubs Chemnitz.

## Chemnitz empfängt die Marketing-Elite

Frühjahrstagung 1994 in der „Stadt mit Köpfchen“

Das war ein Beitrag zum Standortmarketing für Chemnitz, wie die Stadt ihn braucht. Am 29./30. April 1994 fand die erste Tagung der Deutschen Marketing-Vereinigung in Chemnitz statt.

Es war ein deutliches Zeichen dafür, dass die Stadt Chemnitz und der Marketing-Club der Stadt bundesweit einen guten Namen haben.

Vor allem mit der bislang umfassendsten Clubaktivität, der Aktion City 2000 für ein durchgreifendes Standortmarketing, wurde der Dialog zwischen Marketing-Club als Gremium der Geschäftswelt und Persönlichkeiten aus Kommunalparlament und Stadtverwaltung sowie

Firmen und Einzelpersonlichkeiten zu Schwerpunkten geführt und Jahr für Jahr neu belebt.

Gastreferenten der Clubabende sahen sich immer wieder zu Lob für Chemnitz und seine Perspektiven veranlasst.

Unvergessen die Prognose des international bekannten Marketingexperten Prof. Dr. Hans-Günther Meissner von der Universität Dortmund für Chemnitz und Sachsen: „Das wird ein ganz toller Standort für Investoren, vielleicht der beste in Deutschland.“

Ein aktenkundiges Zitat vom November 1993. Die aktuelle Entwicklung hat es vollkommen bestätigt.



Essen und Trinken halten Leib und Seele zusammen; Buffet auf der Chemnitzer-Hof-Terrasse.

## Willkommen im Club

Über Mitgliedschaft bestimmt ehrenamtlicher Vorstand

Jede Veranstaltung des Marketing-Clubs Chemnitz muss zwei Kriterien erfüllen: Sie soll erstens spannend sein und zweitens anwendbare Erkenntnisse vermitteln.

Dafür treffen wir uns monatlich mindestens einmal im traditionsreichen Hotel „Chemnitzer Hof“ zum Clubabend oder sind zum Marketing vor Ort bei einem Unternehmen zu Gast. Namhafte Firmen und bekannte Persönlichkeiten bestimmen das Programm.

Willkommen im Club sind Damen und Herren, die verantwortlich im Marketing tätig sind. Wer auf dem Wege dahin ist, kann als Juniormitglied aufgenommen werden.

Die Entscheidung liegt beim Vorstand, einem demokratisch gewählten ehrenamtlichen Gremium.

Alle sollen vom Club profitieren, der Club möchte an Ihren Ideen und Erfahrungen teilhaben. Ein ehrenwertes ideales „Geschäft“.

## Neu im MCC

**Uwe Thuß**, Geschäftsführer Büroland GmbH; **Dr. Jochen Harzer**, Unternehmensberater; **Frank Wiegand**, freier Mitarbeiter WSW Wirtschaftsberatung; **Heinz-Joachim Schöneich**, Bereichsleiter MEDIA PLUS GmbH; **Jens Schreiber**, UPS Deutschland Inc. + Co OHG; **Peter Kalwak**, Hotel „Chemnitzer Hof“; **Dr. Joachim Pfeiffer**, AWD Allgem. Wirtschaftsdienst; **Heiko Triebe**, Marketingleiter Schenker International Dtl. GmbH; **Claudia Pinther**, Verkaufsleiterin Center Hotel „Alte Spinnerei“; **Mario Dietrich**, Unternehmer Wirtschaft & Personal News; **Heiko Schmidt**, Geschäftsführer Adelsberg Parkhotel Hoyer; **Astrid Richter**, Studentin TU Chemnitz; **Manuela Schäfer**, Studentin TU Chemnitz; **Jens Mehner**, Leiter Vertriebscenter AOK Sachsen; **Johannes Kebbekus**, Geschäftsführer BARMER Ersatzkasse

Die Fotos rechts entstanden bei unserem Herbstausflug 2000.



Aus dem Handbuch für Mittelständler  
Regel 1: „Immer ganz vom sein im Unternehmen und Dampf machen.“



Regel 2: „Nie aus der Bahn (!) werfen lassen.“

06.07.1995

Eine Umorientierung der Wirtschaftsförderung für die kleinen und mittleren Unternehmen im Osten verlangen die Mitglieder des Marketing-Clubs Chemnitz.

In einem offenen Brief an den sächsischen Ministerpräsidenten Prof. Kurt Biedenkopf begründen die mehr als 100 sächsischen Firmenchefs und Marketingmanager, dass jetzt vorrangig die Fähigkeit der erfolgreichen Vermarktung von Produkten und Technologien gefördert werden müsse. Bisher habe sich die Hilfe des Bundes auf die Produkte und Technologien gerichtet. Inzwischen zeigten sich aber immer deutlicher gravierende Defizite im Management-Know-how von Marketing und Vertrieb.

08.03.1997

In der „Freien Presse“, Ausgabe Chemnitz, erscheint eine PR-Anzeige mit zwei Schlagzeilen: „Wir haben es satt...“ und „Wir wollen...“.

Unterzeichnet von zahlreichen Clubmitgliedern, wird dazu aufgerufen, den „Charme und die Chancen dieser Stadt endlich zum Tragen“ zu bringen. Als Ziel wird formuliert, Chemnitz „zu einer der dynamischsten, schönsten, sichersten und lebenswertesten Städte Europas“ zu gestalten.



J A H R E





Lebhafter Meinungsaustausch in der Bürgerhalle Moritzhof.

## Niveauvoller Streit über Kunst und Können

Spannendes Diskussionsforum mit prominenten Gästen

Es geht recht „bewegt“ zur Sache im Mai 1998. Thema ist die neue City und die Kunst. Zu den namhaften Gästen gehören Silke Rehberg, Clauss Dietel, Dieter Füssel, Thomas Ranft und Thomas Schuler.

Silke Rehberg, die Schöpferin des Moritzhof-Engels und des Bombenopfer-Denkmalts kontert pauschale Kritik an ihren Arbeiten: „Wer will schon beurteilen, was

Kunst ist und was nicht.“ Ein niveauvoller Clubabend, wo kluge Argumente und unterschiedliche Meinungen aufeinanderprallen, Toleranz und Temperament das Klima bestimmen. Bereits im Programm für 2002: ein Clubabend mit Entscheidungsträgern der Stadt: „Wie geht es weiter in der City? Was wird mit der Mittelstandsmeile?“

Die Skala für das Potential der Auseinandersetzung ist nach oben offen.



Ausflug im Herbst 1998 in die Weinberge des Gebietes Dresden-Meißen.



Eine neue Art der Unternehmenskommunikation: Business-Theater, ein Clubabend am 06.12.1999.



Nase für den Markt: Eine Lektion über Marketing mit Duft am 07.02.2000.

### Danke den Sponsoren der Jubiläumsveranstaltung „10 Jahre Marketing-Club Chemnitz“

Deutsche Telekom, Kundenniederlassung Chemnitz; Schleifschleifenfabrik Ratluff GmbH; City Print, Chemnitz; Florana Cosmetic, Waldheim; Katti, Halle; Henkel KGAA, Düsseldorf; AEG Hausgeräte, Ueberberg KG, Rheinberg; Seidensticker GmbH, Bielefeld; Privatsekellerei Deutz & Geldermann, Breisach am Rhein; Braustolz Brauerei, Chemnitz; Miele GmbH, Kraff Jacobs Suchard GmbH, Bremen; Weingut Prinz zur Lippe, Meißen; Rotkäppchen Sekellerei, Freyburg/Unstrut; Freiburger Brauhaus AG, Freiberg; bruno banani, Chemnitz; Alfred Schloderer, Alte Schwarzwälder Hausbrennerei GmbH, Staufen; Gesellschaft für Innovative Verkaufsförderung, Chemnitz; P & S Marketing, Chemnitz; Komsa AG, Hartmannsdorf; Beratung für Marketing und Verkauf Dr. Tüschmann, Erdmannsdorf; Annaberger Backwaren GmbH, Annaberger, Erzgebirgische Likörfabrik GmbH; Bockau; City Druckerei, Chemnitz

## HISTORISCHES

23.02.1992

Erstmals taucht im Programm „Marketing vor Ort“ auf. Gastgeber ist die BMW-Niederlassung Chemnitz. Das Haus informiert über seine Marketingarbeit, die Instrumente der Leistungsförderung, die Ausbildungspolitik.

Von nun an gehören die „Marketing-vor-Ort-Veranstaltungen“ in jedem Jahr zum Programm.

26.05.1992

Der Marketing-Club Chemnitz nimmt das geflügelte Wort „Das Hemd ist mir näher als der Rock“ wörtlich und begrüßt Gerd Seidensticker, den Oberhemden-König aus Bielefeld.

Das Thema des Abends: „Mit Qualität gewinnen – Chancen und Anforderungen an die Deutsche Textilindustrie“.

11.01.1993

Der Marketing-Club besetzt das Rathaus. Leitende Mitarbeiter der Stadtverwaltung sind zugegen, die IHK, namhafte Firmenchefs. Es geht um die Position von Chemnitz im Wettbewerb.

Gemeinsam wird ein Stärken- und Schwächenprofil erarbeitet als Hilfestellung für ein effektiveres Stadtmarketing.

# 10

J A H R E

3

## HISTORISCHES

05.04.1993

Der Club legt nach: Wie den Aufschwung in der Region beschleunigen? – heißt das Thema des Abends. Das Regierungspräsidium Chemnitz ist vertreten. Die drei Firmenchefs berichten über die Erfolge und Probleme ihrer Unternehmen: Chemnitzer Spinnereimaschinenbau, Edelstahl-Maschinenapparate und –anlagen GmbH Limbach Oberfrohna, Georg Keil GmbH, Großschirma in Sachsen.

1994

Der Düsseldorfer Marketing-Club hat 40. Geburtstag. Zu den Ehrengästen gehören Mitglieder des Patentclubs Chemnitz, Dieter Gertler und Dr. Volker Tüschmann überreichen Wilhelm Zundler die Urkunde als Ehrenmitglied des Marketing-Clubs Chemnitz.

17.01.1994

Erneut greift der Marketing-Club massiv in die Diskussion um das Standortmarketing in Chemnitz ein. Unter dem Namen „City 2000“ findet ein Clubabend statt, der mit konkreten Vorschlägen die dringende Notwendigkeit unterstreicht, den Marktwert von Chemnitz durch ordentliches Marketing deutlich anzuheben.

29./30. April 1994

Der MC Chemnitz ist Gastgeber für die Frühjahrstagung der Deutschen Marketingvereinigung.

# 10

J A H R E

4



Glückwünsche und gewichtige Auszeichnung für Simec.

## Einen Stein im Brett

Ehrenpreis des Clubs für erfolgreiche junge Unternehmen

Anerkennung zähle heutzutage nicht mehr viel? Es drehe sich alles nur noch um das Geld?

Auf Anhieb gelingt dem Club ein überzeugendes Gegenbeispiel mit dem Start einer zukunftssträchtigen Aktion.

Erstmals verleiht unser Club 1998 den „Chemnitzer Meilenstein“, eine Stele aus einheimischem Porphyrtuff mit gravierter Silberplatte, dazu eine Ehrenurkunde.

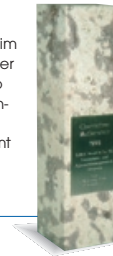
Erster Preisträger ist im Jahr 1998 die Simec GmbH & Co. KG Antriebs- und Automatisierungstechnik.

Das junge Chemnitzer Team entwickelte eine Simulationssoftware, die heute weltweit vertrieben wird. Die Zeitersparnis und Qualitätserhöhung ist beträchtlich.

Wenn Entwicklungsabteilungen beispielsweise in der Autoindustrie, im Maschinenbau, in der Medizin- oder der Militärtechnik komplexe Vorgänge am Rechner verfolgen können, anstatt teure Versuchsreihen zu fahren, so sind das massive wirtschaftliche Vorteile. Deshalb ist die Chemnitzer Software bis in die USA gefragt.

Die zweite Ehrenrunde dreht der Club im TCC, wo 1999 der innovative Elektromotorenhersteller Beldrive im festlichen Rahmen den Meilenstein entgegennimmt.

Riesenfreude zeigt das Team der erfolgreichen Firma Modeé im Jahr 2000, von den über 100 im Marketing-Club organisierten Unternehmen und Institutionen als Preisträger bestimmt worden zu sein.



Neben Anerkennung durch die Clubmitglieder wird den ausgezeichneten Unternehmen auch weiterer Marketing-Nutzen zuteil in Form von kostenloser PR.

Die Medien nehmen regional und sogar bundesweit anerkennend Notiz von dem, was sich hier in Chemnitz tut.

Und schließlich entspricht es auch der Philosophie des Marketing-Clubs, auf würdige und unterhaltsame Weise Kommunikation und Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen den Unternehmen der Region auszuprägen.



Der 2. Meilenstein geht 1999 an die Firma Beldrive.



Ein Clubabend mit Sachsenring-Chef Ulf Rittinghaus (links).

