marketing
netzwerk
fulda

**gemeinsam denken. voneinander lernen.**

# 1. fuldaer marketingtag

3. November 2017

# HAUTNAH ERLEBEN

„Events, die begeistern!“

## Promotion

Unsere Kompetenz ist die Planung und Durchführung von individuellen Werbe-Aktionen. Auf Wunsch stellen wir Ihnen auch zusätzliches Personal bereit.

## Eventorganisation

Wir übernehmen für Sie die Planung und Organisation Ihrer Kunden- und Mitarbeiter-events oder Hausmessen und Messeauftritte.

**Wir setzen Ihre Marke in Szene!**

## Eventpartner

Bei den Großevents unserer Tageszeitung sind Sie nicht einfach nur dabei – Sie stehen bei uns im Mittelpunkt!

## Begeistert?

**Kristin Beland**, Telefon (06 61) 280 108
kristin.beland@fuldaerzeitung.de

marketing
netzwerk
fulda

gemeinsam
denken.
voneinander
lernen.

# Herzlich willkommen zum 1. fuldaer marketingtag

Schön, dass Sie mit uns gemeinsam eine Premiere feiern wollen, den 1. fuldaer marketingtag. Von den ersten Ideen bis zur Verwirklichung ist fast ein ganzes Jahr vergangen. Und zwischendurch hatten wir im Vorstand immer wieder auch mal Herzklopfen. Entstanden ist ein rundes Paket mit Fachvorträgen aus Theorie und Praxis, einer Fachausstellung und natürlich ganz viel Raum zum Netzwerken, ein neues Format für die Region Fulda, der fuldaer marketingtag.

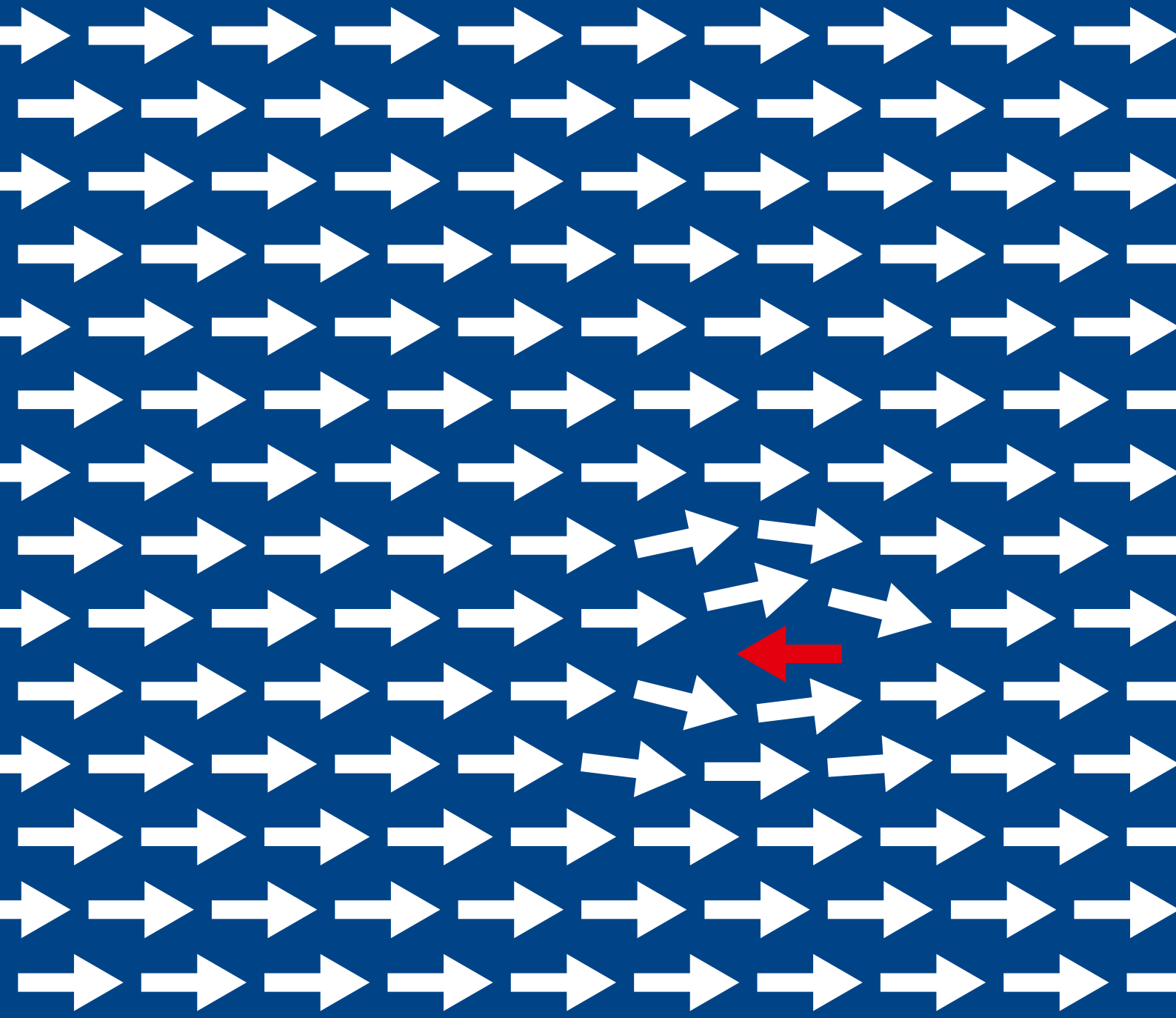
Unser junger Verein Marketing-Netzwerk Region Fulda e. V. wurde erst im Juli 2015 gegründet. Und die meisten Vorstandsmitglieder sind Neulinge im Vereinsleben. Wir alle haben uns erst so richtig im Rahmen der Vorstandsarbeit kennen gelernt. Insofern war die Organisation einer Fachtagung nach nur zwei Vereinsjahren schon eine große Herausforderung. Ich möchte mich an dieser Stelle ganz herzlich bei allen Vorstandskollegen bedanken, die sich mit viel Herzblut eingebracht haben. Mein Dank gilt auch den vielen Sponsoren, die uns viel Vertrauen entgegen gebracht haben und ohne deren Beitrag einen solche Veranstaltung sicherlich nicht zu verwirklichen gewesen wäre.

Mein Dank gilt natürlich auch den heutigen Referenten und unserer Moderatorin Sabine Räth. Alle, die wir angesprochen haben, waren von unserer Idee begeistert und haben uns bereitwillig unterstützt. Und mein Dank gilt natürlich auch Ihnen allen, die Sie heute am 1. fuldaer marketingtag teilnehmen. Ohne das Interesse der Teilnehmer könnte eine solche Premierenveranstaltung nicht stattfinden.

Ich freue mich auf einen interessanten, unterhaltsamen und abwechslungsreichen 1. fuldaer marketingtag. Nutzen Sie bitte alle die Möglichkeit der zahlreichen Netzwerkpausen. Knüpfen Sie Kontakte und machen Sie gerne auch Geschäfte. Denn der 1. fuldaer marketingtag ist für uns nicht eine Fachtagung, sondern auch eine Kontakt- und Netzwerkbörse.

Gutes Gelingen wünscht sich

Tino Mickstein



Werbung – auffallend anders.

www.creart.de
www.compositum.de

marketing
netzwerk
fulda

gemeinsam
denken.
voneinander
lernen.

# programm

| | |
|---|---|
| bis 9:00 Uhr | Eintreffen, Kaffee und Croissants |
| 9:00 Uhr | Begrüßung und Eröffnung |
| 9:15 Uhr | Keynote, IHK-Vizepräsidentin Anika Wuttke, Geschäftsführerin cre art Neidhardt Werbe GmbH |

## thema: markenarchitektur

| | |
|---|---|
| 9:30 Uhr | Fit für den Wettbewerb<br>Andreas Pogoda, Gesellschafter bei Brandmeyer Markenberatung, Hamburg |
| 10:00 Uhr | 30 Jahre Red Bull: Wie man aus der Provinz die Welt erobert. Till Wagner, Managing Partner bei Kastner & Partner, Frankfurt/Main |
| 10:30 Uhr | Podiumsdiskussion |
| 11:00 Uhr | Kaffeepause |

## thema: markenmacher

| | |
|---|---|
| 11:30 Uhr | Leadership Branding als Erfolgsfaktor<br>Christina Grubendorfer, Geschäftsführerin der LEA Leadership Equity Association GmbH, Berlin |
| 12:00 Uhr | Erfolgsfaktor Mitarbeiterbegeisterung – Employer Branding von innen heraus<br>Peter und Stefan Jökel, Geschäftsführer der Jökel Bau GmbH & Co. KG |
| 12:30 Uhr | Podiumsdiskussion |
| 13:00 Uhr | Mittagspause, Besuch der Fachausstellung |

## thema: markenführung

| | |
|---|---|
| 14:30 Uhr | Marketing und Popkultur<br>Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau, Westfälische Wilhelms-Universität, Münster |
| 15:00 Uhr | Marke goes Digitalisierung. Welchen Wert hat die „Marke“ im Digitalisierungs-Zeitalter?!<br>Oliver Dahlke, Produktkommunikation bei Mercedes-Benz |
| 15:30 Uhr | Podiumsdiskussion |
| 16:30 Uhr | Verabschiedung |
| 16:45 Uhr | Ausklang |
| 18:00 Uhr | Ende Fachausstellung und Marketingtag |

# 10 Jahre Erfahrung!

## DEIN IMAGE MUSS PASSEN! WIR HELFEN DIR BEI:

DIGITAL | PRINT | MARKETING | SERVICE

## ... DAMIT DU DICH AUF DEIN BUSINESS KONZENTRIEREN KANNST.


sixeyesmedia gmbh
DIE WERBEAGENTUR

Gartenstraße 37
36381 Schlüchtern

Telefon +49 (66 61) 6 09 86-11
Telefax +49 (66 61) 6 09 86-20

hallo@sixeyesmedia.de
www.sixeyesmedia.de

## WIR PRODUZIEREN FÜR IHR UNTERNEHMEN:

## SPOTS | IMAGEFILME | ERKLÄRFILME | LUFTAUFNAHMEN

**SPRECHEN SIE UNS AN...**


**Kontakt:** Marketing & Vertrieb
Medienkontor M. Angelstein GmbH & Co. KG
Neuenberger Straße 23, 36041 Fulda

marketing@medienkontor-fulda.de
Tel: 0661 - 480 488 152
www.medienkontor-fulda.de


MEDIENKONTOR FULDA
Referenzen: www.onews.de/filme

# Fit für den Wettbewerb – starke Markengestaltung und effektive Markenkommunikation

**Andreas Pogoda unterstützt und berät Führungskräfte und Entscheider bei der Strategiefindung in der Markengestaltung. Seine Vorträge zu den Themen Markenbildung und Markenkommunikation sind auch für ein breiteres Publikum spannend**

Andreas Pogoda, Jahrgang 1966, ist gemeinsam mit Dr. Klaus Brandmeyer, Peter Pirck und Renate Kuhlmann Mitbegründer und Gesellschafter der Brandmeyer Markenberatung in Hamburg. Der studierte Soziologe unterstützt seit Jahren Unternehmen, unter anderem aus der Bier-, Mode- oder Kosmetikindustrie. Internationale Berufserfahrung sammelte er in den Bereichen Kommunikationsmanagement, Markenwerbung und Markengestaltung. In seinen zahlreichen Beratungsprojekten unterstützt er Unternehmen dabei, ihre Kommunikation auf einen Kurs zu bringen, der zugleich die Marke stärkt und den Verkauf fördert.

Auch in seinen Vorträgen beschäftigt er sich mit der Problematik von Markenbildung und Markenkommunikation. Wie eine gelungene Markenkommunikation Unternehmen dabei unterstützen kann, ihre Ziele zu erreichen, hat Andreas Pogoda in zahlreichen Projekten erarbeitet. Seine Anregungen und Hinweise für die Auswahl des passenden Markenbotschafters sind besonders im Hinblick auf das Thema Influencer Marketing sehr wertvoll für Unternehmen. Er ist seit Jahren als Berater tätig und in der Fachöffentlichkeit zudem durch seine Publikationen über Kommunikationsmuster bekannt.

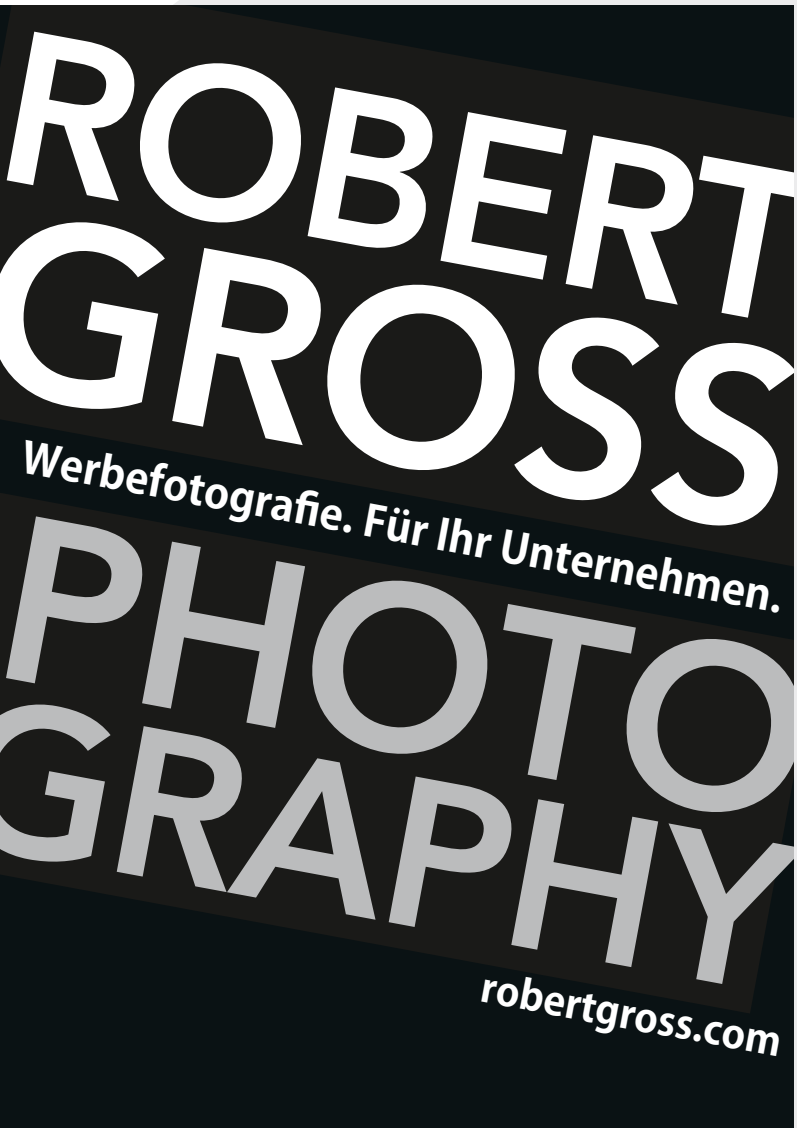
Bei Vorträgen ist Andreas Pogoda besonders aufgrund seiner Ausdrucksweise fern vom gängigen Marketing-Jargon beliebt. Auch seine freie, pointenreiche Sprechweise und seine ungewöhnlichen Beispiele machen ihn zum beliebten Redner, der seinem Publikum auch schwierige Themen auf unterhaltsame und eingängige Weise vermitteln kann.

marketing
netzwerk
fulda

# 30 Jahre Red Bull:
# Wie man aus der Provinz die Welt erobert

**Er war in Frankfurt, Peking und Hongkong: Till Wagner ist herumgekommen. Seit Juli 2016 ist er Managing Partner von Kastner & Partners, der globalen Leadagentur von Red Bull. Hier führt er die Agenturen in Deutschland, England und Österreich.**

Seine ersten Schritte im Marketing unternahm Wagner bei Ogilvy & Mather in Frankfurt. Nach Abschluss der Lehre zum Werbekaufmann begann er ein Studium an der Akademie für Marketing Kommunikation in Frankfurt, das er mit Auszeichnung abschloss. 1994 wechselte er zu Ogilvy & Mather Hong Kong. Dort führte er die Etats und Teams unter anderem für American Express Asia Pacific, bevor er 1995 nach Frankfurt zurückkehrte, wo er 1997 gemeinsam mit Mike Ries und den Gesellschaftern Holger Jung und Jean-Remy von Matt die Agentur Jung von Matt/Main gründete. Von 2003 bis 2009 folgte die Führung des Deutschlandgeschäfts von JWT, der ältesten Agenturkette der Welt. Seit Beginn 2006 war er Mitglied des European Executive Committee von JWT Europe. 2009 machte Till Wagner sich gemeinsam mit Gaby Weig selbstständig und gründete die Consultancy Boutique Weig & Wagner, die seit dem Eintritt von Mike Ries 2012 unter dem Namen Weig & Wagner, Ries firmiert. Sie berät Agenturen bei der Personalsuche sowie Agenturen und die Industrie rund um das Thema Marketing-Kommunikation.




Im Januar 2012 wurde Till Chairman und Legal Representative von Jung von Matt in China, wo er vor Ort die erste Dependance außerhalb von Europa aufbaute. Für seine Arbeiten wurde Till Wagner vielfach ausgezeichnet, unter anderem Goldmedaillen vom ADC, Löwen in Cannes, Effies und mit dem Journalisten-Preis. Till Wagner war zudem von 2004 bis 2008 Vorstandsmitglied im GWA und von 1998 bis 2008 Prüfungsausschuss-Vorsitzender für Werbekaufleute bei der IHK Offenbach.

# Leadership Branding als Erfolgsfaktor – der Einfluss von Führungskräften auf die Markenperformance

**Seit über 20 Jahren ist Christina Grubendorfer als systemische Beraterin, Autorin und Referentin tätig. Ihre Schwerpunkte sind Führung, Markenstrategie, Unternehmenskultur. Sie gilt als Wegbereiterin des Employer Branding in Deutschland.**

Mit mehr als zwei Jahrzehnten Erfahrung im Bereich Beratung, Coaching, Management und Marketing ist Christina Grubendorfer ein alter Hase in der Branche, aber einer mit einem feinen Gespür für Neuigkeiten und Entwicklungen. In ihrer Arbeit als Moderatorin, Beraterin und Coach hat sich die Psychologin auf das Top Management und den HR-Bereich konzentriert. Hier vermittelt sie als Change-Expertin neue Sichtweisen und eröffnet Lösungswege und neue Möglichkeiten. Ihrer Tätigkeit als Geschäftsführerin der LEA Leadership Equity Association widmet sie sich mit viel Energie, veröffentlicht dabei noch Bücher – ihr letztes Buch, Einführung in systemische Konzepte der Unternehmenskultur, ist im März 2016 im Carl Auer Verlag erschienen – sowie Fachartikel, beispielsweise in wirtschaft + weiterbildung und ist Mitglied im Club Systemtheorie.

Durch ihre lange Tätigkeit in der Branche hat Christina Grubendorfer Erfahrungen mit Organisationen jeder Branche und Größe. Sie unterstützt bei der Entwicklung von Führungsleitlinien und -werten, bei der Durchführung von Veränderungsprozessen und beim Employer Branding. Zu ihrem Portfolio gehören außerdem die Begleitung bei der Teamentwicklung und die Arbeit mit Leistungsteams, ebenso entwickelt sie Großveranstaltungen wie Führungskonferenzen und Managementtagungen und betreut diese als Moderatorin. Auf dem Marketingtag teilt Christina Grubendorfer ihre Erfahrungen aus der langjährigen Zusammenarbeit mit den verschiedensten Menschen in ihrem Vortrag zum Thema Leadership Branding.

marketing
netzwerk
fulda

# Erfolgsfaktor Mitarbeiterbegeisterung – Employer Branding von innen heraus

**Ein Familienunternehmen mit 130 Jahren Geschichte ist kein leichtes Erbe, doch mit Mut zur Innovation und enger Zusammenarbeit gelang es Peter und Stefan Jökel, ihr Unternehmen nicht nur technisch, sondern auch in Sachen Mitarbeiterführung zukunftsfähig zu gestalten.**

Mit der Übernahme der Geschäftsleitung im Jahr 2001 führen Peter und Stefan Jökel die Jökel Bau GmbH & Co. KG bereits in fünfter Generation. Zuvor absolvierten beide den Studiengang Bauingenieurwesen an der Technischen Universität Darmstadt, den sie jeweils erfolgreich als Diplom-Bauingenieure abschlossen. Zusätzlich absolvierten beide eine gesonderte Ausbildung zum Betriebswirt des Handwerks. Seit Vater Claus Jökel den Söhnen die Geschäftsführung übergab, gelingt es den Brüdern, Tradition und Moderne in der Umsetzung der Aufträge wie auch in der internen Firmenkommunikation zu verbinden. Besonders im Bereich Mitarbeiterführung gibt ihnen der Erfolg Recht: So belegen sie mit ihren Mitarbeitern gegenwärtig Platz 35 im branchenübergreifenden Ranking der Top 100 des Wettbewerbs „Great Place To Work – Deutschlands beste Arbeitgeber“. Die Jökels wissen längst: Glückliche Mitarbeiter sind gute Mitarbeiter, und davon profitieren auch die Kunden: 2017 belegten sie bundesweit und branchenübergreifend in der Kategorie 50 bis 499 Mitarbeiter Platz 2 des Wettbewerbs Deutschlands Kundenchampions. In der Bauwirtschaft führen sie die Liste der Besten auf Rang 1 an. Zudem wurde die Jökel Bau GmbH Co. & KG mit dem Ludwig-Erhardt-Preis ausgezeichnet. Diese Auszeichnungen untermauern das Selbstverständnis des Unternehmens, das sich selbst als bestes Bauunternehmen Hessens sieht. Zugleich sind sie Ansporn und Motivation, die guten Leistungen zu halten und noch zu steigern. Demzufolge liegt der Fokus des Unternehmens nicht auf den Erfolgen der Vergangenheit, stattdessen richtet die Bauunternehmung Jökel den Blick fest auf die Zukunft, um durch Innovation, Mitarbeiter- und Kundenbegeisterung neue Maßstäbe zu setzen.


ZUFALL logistics group

LOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLO
GISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOG
ISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLO
GISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIK
LOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTI
KLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIK
LOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLO
GISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOG
ISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLO
GISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIK
LOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTI

verwöhnen.

KLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOG
ISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIK
LOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTI
KLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIK
LOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLO
GISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOG
ISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLO
GISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIK
LOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTI
KLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIKLOGISTIK

Mit Leistung verwöhnen.

# Marketing und Popkultur – wie Emotionen über Erfolg und Misserfolg entscheiden

**Als Marketingforscher zählt Thorsten Hennig-Thurau zu den Top 10 der deutschen Business- und Ökonomie-Professoren und gilt als einer der forschungsstärksten deutschen Betriebswirte. Zu seinen Themenschwerpunkten zählen die Digitalisierung, die Medienindustrie sowie das Management von Geschäftsbeziehungen mit Kunden.**

Nach Stationen u.a. an der Bauhaus-Universität Weimar und der City University in London ist Thorsten Hennig-Thurau seit April 2010 Inhaber des Lehrstuhls für Marketing & Medien am renommierten Marketing Center der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Er war Gründer und Leiter des Digitalization Think:Labs und in dieser Funktion auch Herausgeber des German Digitalization Consumer Reports. Sein Konzept des Marketing-Flippers stellt eine Antwort auf die Herausforderungen dar, die das digitale Zeitalter in Gestalt von Vernetzung, Interaktivität und Chaos für Marketingmanager mit sich bringt. Prof. Hennig-Thurau ist Initiator und Mitwirkender einer hochschulübergreifenden DFG-Forschergruppe zum Thema Social Media Marketing. Weitere Forschungsarbeiten von ihm befassen sich u. a. mit elektronischer Mundwerbung, Online-Firestorms, Social Media Stars, Antworten des stationären Handels auf die Online-Konkurrenz, digitaler Piraterie und der erforderlichen Neustrukturierung von Distributionsmodellen in digitalen Zeiten.

Die Arbeiten von Prof. Hennig-Thurau wurden unter anderem im Journal of Marketing, im Academy of Management Journal und Journal of Applied Psychology veröffentlicht; sie wurden mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, so u. a. dem Mallen Lifetime Award der UCLA für Studien zur Filmindustrie und dem Sheth Foundation Best Paper Award des Journal of the Academy of Marketing Science.

LOFT5
SIMONE DÖRING

FLORISTIK, DEKORATIONEN UND GESCHENKE

Peterstor 5 · 36037 Fulda,
Telefon: 06 61 90 04 06 16
E-Mail: simone@doeringandmore.de

www.loft5-fulda.de

DOERINGANDMORE.DE
EVENT·MIETMÖBEL·DEKO

marketing
netzwerk
fulda

# Marke goes Digitalisierung – Welchen Wert hat die „Marke“ im Digitalisierungs-Zeitalter?!

**Auf der einen Seite die vergleichsweise ernste Welt von Handel und Vertrieb, auf der anderen Seite zwei Bücher voll augenzwinkerndem Humor – und mittendrin Autor und Marketingprofi Oliver Dahlke, der beide Welten mit Leichtigkeit verbindet.**

Oliver Dahlke, Jahrgang 1973, studierte an der Freien Universität in Berlin und schloss sein Studium als Diplom-Kaufmann mit den Schwerpunkten Marketing, Organisation & Führung ab. Nach unterschiedlichen Funktionen im Produktmanagement und der Service-Kommunikation ist Oliver Dahlke seit 2006 für die Entwicklung und Implementierung von nationalen Markteinführungskampagnen neuer Mercedes-Benz Pkw Baureihen zuständig. Zusätzlich aktiviert der gebürtige Berliner das DFB-Sponsoring durch Image-Kampagnen mit der deutschen Nationalmannschaft und ist Ansprechpartner für die Kommunikationsthemen der Mercedes-Benz Arena in Berlin. Ende 2016 schloss er seine staatlich anerkannte Sport Business Management Ausbildung erfolgreich ab und ist seitdem berechtigt, die Bezeichnung Fußball Manager (SHB) zu führen. In seinen Vorträgen gelingt es ihm regelmäßig, die wirtschaftlich-psychologischen Ziele und Vorteile von Sponsoring, insbesondere durch den wechselseitigen Austausch von positiven Assoziationen zwischen den Sponsoring-Partnern anschaulich und lebendig darzustellen.

Oliver Dahlke ist zudem Autor und hat bereits mehrere Bücher mit Kurzgeschichten und augenzwinkernden Alltagsbeobachtungen veröffentlich.

Vernetzung anfassbar gemacht.

Die Arbeitswelt von morgen ist im ständigen Wandel -
und wir gestalten diesen Wandel mit.

Das Autohaus Kunzmann wünscht Ihnen erfolgreiches Netzwerken auf dem Fuldaer Marketingtag.

Mercedes-Benz
Das Beste oder nichts.

Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart, **Partner vor Ort:**

KUNZMANN
Die *neue* Service-Dimension

**Kunzmann Fulda GmbH & Co. KG,**
Autorisierter Mercedes-Benz Verkauf und Service,
Frankfurter Str. 125, 36043 Fulda,
Tel.: +49 661/9450-50100, www.kunzmann.de

gemeinsam
denken.
voneinander
lernen.

# Moderatorin Sabine Räth

Die gebürtige Fuldaerin ist von Beginn ihrer beruflichen Kariere im Marketing tätig. Ihren Schwerpunkt legte sie im Jahr 2000 im Bereich Eventmanagement. Seit dem liegt ihre Leidenschaft neben umfangreichen Marketingaufgaben in einer regionalen Werbeagentur in der Veranstaltungsbranche. Die Affinität für das Mikrofon entdeckte Räth bei einer Fastnachtsveranstaltung vor 16 Jahren eines hiesigen Karnevalsvereins der Fuldaer Region.

Seit dem ist sie als Sitzungspräsidentin nicht mehr weg zu denken. Das vielfältige Vereinsleben, das sie in ihrer Freizeit aktiv mitgestaltet und Ihre Funktion als Teamleiterin Marketing bietet ihr stets neue Herausforderungen als Moderatorin – so auch der 1. fuldaer marketingtag, den sie als aktives Mitglied des Vereins „Marketing-Netzwerk Region Fulda e. V." als Moderatorin begleiten wird.

fulda, marketingtag

## bietet profis aus theorie und praxis

## hier lässt sich's netzwerken.

www.region-fulda.de eine initiative von stadt, landkreis und ihk fulda

FD
region
fulda

marketing
netzwerk
fulda

# Stadt und Landkreis Fulda – hohe Lebensqualität mitten in Deutschland

**Die Region Fulda mit ihrer zentralen Lage mitten in Deutschland und einer ausgesprochenen Wirtschaftskraft weist eine sehr hohe Lebensqualität auf.**

Die Menschen stehen hier „mitten im Leben“ und können eine lange Tradition präsentieren. Die Fuldaer Geschichte ist bereits ab 744 mit der Klostergründung im Auftrag des hl. Bonifatius belegbar. Schon damals hatte die Abtei Fulda bald eine herausragende Bedeutung.

Viele Höhen und Tiefen im Lauf der Geschichte wurden durchschritten, zuletzt die enormen Turbulenzen des 20. Jahrhunderts, mit denen die Region ihre Mittelpunktlage in Deutschland verloren hatte. Durch Solidität und Beharrlichkeit der Bewohner konnten viele Hürden auf dem Weg durch beinahe 1275 Jahre Geschichte genommen werden. Mit der Einheit Deutschlands rückten Stadt und Landkreis Fulda wieder in die Landesmitte – der Startschuss für eine glänzende Entwicklung.

Viele Unternehmen vergrößerten sich, neue kamen hinzu, die vorhandene Infrastruktur wurde weiter verbessert und der Tourismus in Stadt und Land erlebte einen deutlichen Aufschwung. Nicht zuletzt durch die Hochschule wirkt Fulda als Barock- und Musicalstadt mit ihrem Umland – der Rhön und Teilen des Vogelsberges – jung und voller Esprit vereint mit ausgeprägtem Innovationsgeist – eine sehr attraktive Region „mitten drin und voll dabei“.

gemeinsam
denken.
voneinander
lernen.

# Marketing-Netzwerk Region Fulda e. V. stellt sich vor

Der Verein Marketing-Netzwerk-Region Fulda e. V. wurde am 29. Juli 2017 aus einem Erfahrungsaustauschkreis im Rahmen der Markenkampagne FD des Regionalen Standortmarketings gegründet.

Die 38 Gründungsmitglieder wählten Tino Mickstein, Zentralleiter Marketing und Kommunikation der Friedrich Zufall GmbH & Co. KG zum Vorsitzenden und Michael Brosig, Pressesprecher der JUMO GmbH & Co. KG zu seinem Stellvertreter. Den Vorstand des Marketing-Netzwerk Region Fulda e. V. komplettieren Schriftführer Torsten Bug, Leitung Marketing und Prokurist der Verlag Parzeller GmbH & Co. KG, Schatzmeister Stefan Schunck, Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer Fulda und als Beisitzerinnen Yasmin Wohlerdt, Handelsmarketing Mercedes Kunzmann Fulda, Sonja Neidhardt, Geschäftsführerin COM.POSiTUM Multimediaagentur Fulda und Petra Koch, Schriftführerin Zeitsprung IT-Forum Fulda e. V.

Der Verein fungiert nach den Worten von Regionalmanager Christoph Burkard, der die Geschäftsführung übernommen hat, als Berufsverband für die Marketing-, PR- und Pressefachleute der Region Fulda. Mittlerweile hat das Fuldaer Marketing-Netzwerk mehr als 80 Mitglieder mit mehr als 120 Köpfen, Tendenz steigend. Die Mitglieder treffen sich regelmäßig jeden letzten Mittwoch im Monat zu Vortragsveranstaltungen und Firmenbesichtigungen, aber auch ganz zwanglos zum Wandern oder Weihnachtsmarktbesuch.

Mitglied im Verein Marketing-Netzwerk Region Fulda e.V. können Marketing- und Presseverantwortliche in Unternehmen und Institutionen, aber auch Inhaber und Führungskräfte von Agenturen und Medien werden.

Weitere Informationen unter
**www.marketing-netzwerk-fulda.de.**

# DRK KULINARIA

**Das Catering des DRK Fulda garantiert Genuss pur, der lange in Erinnerung bleibt.**

**Sie suchen einen professionellen, kreativen Dienstleister für Ihre Veranstaltung und Feier?**

**Wir richten gerne für Sie aus:**

- Firmenevents
- Buisness-Caterings
- Familienfeiern
- Hochzeiten u.v.m.

**DRK KULINARIA**


**DRK KULINARIA**

Rhönbergstr. 60, 36100 Petersberg
Telefon 0661 380 309 0
Email: kulinaria@drk-fulda.de
www.drk-fulda.de