

## Protokoll über die Gründung des Vereins

### „Marketing Club Lago“

**09.03.2017**

Am 09.03.2017 fanden sich in der Villa Prym, Seestraße 33 in D-78464 Konstanz die in der Anwesenheitsliste aufgeführten Personen ein, um die Gründung eines Vereins „Marketing Club Lago“ zu beschließen.

Die Anwesenheitsliste ist wesentlicher Bestandteil dieses Protokolls.

Herr Can Izgi eröffnete die Versammlung. Er/Sie begrüßte die Erschienenen und erläuterte den Zweck der Versammlung.

Herr Can Izgi erklärte sich bereit, den Versammlungsvorsitz zu übernehmen und bat Christian Schulz, sich als Schriftführer zur Verfügung zu stellen.

Beide wurden von der Versammlung **einstimmig** durch Zuruf gewählt.

Der Versammlungsleiter schlug sodann folgende Tagesordnung vor:

1. Aussprache über die Gründung des Vereins und deren Feststellung
2. Aussprache über die Vereinssatzung und deren Feststellung
3. Wahl der Vorstandsmitglieder und der Beiräte
4. Vorstellung der Beitragsordnung durch den Vorstand
5. Festsetzung der Beitragshöhe
6. Beschlüsse über Organisationsfragen (Datenschutzklausel, etc.)
7. Verschiedenes

Diese Tagesordnung wurde stillschweigend gebilligt. Der/Die Versammlungsleiter/in erläuterte daraufhin die Satzung, die allen Anwesenden bereits bekannt war und eröffnete die Aussprache hierüber.

Die Anwesenden fassten sodann **einstimmig** durch Handzeichen folgenden

### **Beschluss**

Den Verein „Marketing Club Lago e. V.“ zu gründen und ihm die vorliegende Satzung, die wesentlicher Bestandteil des Protokolls ist, zu geben.

Sämtliche Anwesenden erklärten, dem Verein beitreten zu wollen und stimmten der Satzung zu.

Beschluss: Der Verein soll in das Vereinsregister eingetragen werden.

Der Beschluss wurde **einstimmig** gefasst

Auf Vorschlag des Versammlungsleiters/in wurde sodann die Wahl des ersten Vereinsvorstandes durchzuführen.

Er/Sie schlug vor,

Prof. Urs E. Gattiker.	als erste/n Vorsitzende/n / Präsident/in
Sabine Schilling	stellvertretende/n Vorsitzende/n/Vizepräsidenten/in / Programm
Dominik Birk	Kassenwart / Finanzen / JUMP
Michaela Blösch	Schriftführung / Kommunikation
Corina Rieflin	Mitglieder / ERFA/ Benchmarking Gruppen.

zu wählen und zwar in offener Abstimmung.

Gegen dieses Verfahren erhob sich kein Widerspruch.

Es wurden **einstimmig** gewählt:

Prof. Dr. Urs E. Gattiker	als erste/n Vorsitzende/n / Präsident/in
Sabine Schilling	als stellvertretende/n Vorsitzende/n/Vizepräsidenten/in
Dominik Birk	Kassenwart / Finanzen / JUMP
Michaela Bösch	Schriftführung / Kommunikation
Corina Rieflin	Mitglieder / ERFA/ Benchmarking Gruppen.

Der Versammlungsleiter übergab nach dieser Wahl dem Präsidenten den Versammlungsvorsitz.

Auf Vorschlag des Versammlungsleiters wurde sodann die Wahl des ersten Vereinsbeirates durchgeführt.

Er schlug vor:

Beim Vorstand Programm

1. Ralf Geiger
2. Can Izgi
3. Marc Estor

Beim Vorstand Kommunikation / Schriftführung

1. Michael Schnurr
2. Christian Schulz
3. Sabine Dietele

Beim Vorstand Mitglieder / ERFA / Benchmarking Group(s)Programm

1. Pascal Zuschke
2. Frank Uibel

Beim Vorstand Finanzen / Jump

1. Jürgen Wagner

Beim Präsidenten DMV / Sponsoring / Strategie / ERFA

1. Elke Decker (DMV Botschafterin)
2. Julian Fieres (ERFA)
3. Michael Meyer (ERFA)

zu wählen und zwar in offener Abstimmung.

Gegen dieses Verfahren erhob sich kein Widerspruch.

Es wurden **einstimmig** gewählt:

Ralf Geiger als Beirat 1  
Can Izgi als Beirat 2  
Marc Estor als Beirat 3  
Michael Schnurr als Beirat 4  
Christian Schulz als Beirat 5  
Sabine Dieterle als Beirat 6  
Pascal Zuschke als Beirat 7  
Frank Uibel als Beirat 8  
Jürgen Wagner als Beirat 9  
Elke Decker als Beirat 10  
Julian Fleres als Beirat 11  
Michael Meyer als Beirat 12

Die Gewählten nehmen die Wahl an. Für nicht anwesende Beiräte lag deren Bestätigung der Annahme dem Präsidenten vor.

Sodann wurde die Beitragsordnung durch den Vorstand vorgestellt und im Anschluss über die Höhe des Mitgliedsbeitrags diskutiert und auf Antrag des/der ersten Vorsitzenden folgender

### **Beschluss**

Der Jahresbeitrag wird ab dem 01.04.2017 auf € 250.00 pro Jahr d. h. € 20.83 pro Monat festgesetzt (siehe Anhang 1)

Der Beschluss wurde **einstimmig** gefasst

### **Beschluss**

Der Jahresbeitrag für JUMPS wird ab dem 01.04.2017 auf € 200.00 pro Jahr d. h. € 16.67 pro Monat festgesetzt (siehe Anhang 1)

Der Beschluss wurde **einstimmig** gefasst

### **Beschluss**

Ebenfalls wurde die Datenschutzklausel (siehe auch <http://mclago.drkpi.ch/?p=2>) diskutiert (Anhang 2).

Der Beschluss ist: Die Datenschutz Regelung für Mitglieder befolgt wird.

Der Beschluss wurde **einstimmig** gefasst

### **Beschluss**

Ebenfalls wurde die Vision und Strategie des Klubs vorgestellt und kurz diskutiert (Anhang 3).

Der Beschluss ist: Die Vision weiter zu entwickeln und im ersten Jahr umzusetzen.

Die Vision wurde **einstimmig** angenommen.

### **Beschluss**

Auch das Kommunikationsstrategie (Webseite, Social Media, Presse) wurde kurz diskutiert.

Der Beschluss ist: Die Kommunikationsstrategie soll bis Mai 2017 umgesetzt sein.

Der Beschluss wurde **einstimmig** gefasst

### **Beschluss**

Eine kurze Diskussion beschäftigte sich mit dem zukünftigen Programm.

Die Idee ist verschiedene Formate wie z.B. Vorträge, Impuls-Vorträge, Workshops, Roundtables, usw. zu nutzen. Hier werden eine Tests nötig sein.

Der Beschluss ist: Der Vorstand Programm und die Beiräte zu diesem Ressort erarbeiten das Programm für 2017 und 2018 (Daten, Personen/Referenten, Lokation, etc.) bis April/Mai 2017.

Der Beschluss wurde **einstimmig** gefasst.

Nach einer allgemeinen Aussprache über mögliche erste Aktivitäten des Vereins, und weitere Aktivitäten der verschiedenen Vorstände und deren Ressorts, schloss der /die Erste Vorsitzende als Leiter/in der Versammlung die Versammlung, welche um 16 Uhr begonnen hatte, um 17:49 Uhr, nachdem weitere Wortmeldungen nicht vorlagen.

.....  
(Ort, Datum)

.....  
Erste/r Vorsitzender Urs E. Gattiker

.....  
Protokollführer Christian Schulz



## **S A T Z U N G**

### **Marketing Club Lago e.V.**

#### **§ 1**

##### **Name, Sitz, Geschäftsjahr und Verbandsmitgliedschaft**

- 1) Der Verein führt den Namen "Marketing Club Lago e.V." Er soll als rechtsfähiger Verein im Sinne des § 21 BGB in das Vereinsregister beim Amtsgericht Freiburg eingetragen werden.
- 2) Der Sitz des Vereins ist Konstanz.
- 3) Das Geschäftsjahr des Vereins ist das Kalenderjahr.
- 4) Der Verein ist Mitglied des Deutschen Marketing Verbandes e.V., Düsseldorf

#### **§ 2**

##### **Zweck des Vereins**

- 1) Der Verein ist Berufsverband ohne öffentlich-rechtlichen Charakter im Sinne von § 5 Abs. 1 Nr. 5 KStG, R16. Er nimmt die allgemeinen, aus der beruflichen oder unternehmerischen Tätigkeit erwachsenden ideellen und wirtschaftlichen Interessen der im Marketing tätigen Personen wahr.
- 2) Die vom Verein zu wahrenden Interessen als Berufsverband ergeben sich aus der Funktion des Marketings in den Unternehmen. Marketing umfasst alle Unternehmensaktivitäten, die auf den Markt und die Kunden ausgerichtet sind.
- 3) Der Verein ist nicht auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb und nicht auf die Wahrnehmung einzelwirtschaftlicher Geschäftsinteressen seiner Mitglieder gerichtet.
- 4) Die Mittel des Vereins dürfen nur für satzungsmäßige Zwecke verwendet werden.

#### **§ 3**

##### **Aufgaben des Vereins**

- 1) Der Verein verfolgt seine Aufgabe als Berufsverband, indem er die Verbreitung und Weiterentwicklung des Marketings in Wirtschaft, Gesellschaft und relevanter Öffentlichkeit fördert. Er tritt gegenüber Gesetzgebung und Verwaltung für die Wahrung der Interessen seiner Mitglieder ein.
- 2) Der Verein gibt den im Marketing tätigen Personen, insbesondere seinen Mitgliedern, die Möglichkeit zur Weiterbildung im Marketing durch Vorträge, Diskussionen, Seminare und ähnliche Veranstaltungen.
- 3) Der Verein fördert die Weiterbildung von Führungsnachwuchskräften im Marketing.
- 4) Der Verein ermöglicht den Erfahrungsaustausch seiner Mitglieder und die Beratung und Vertretung der im Marketing tätigen Personen in fachlichen Angelegenheiten.
- 5) Der Verein führt in Erfüllung des Vereinszwecks Veranstaltungen durch, die der Funktion und Zielsetzung des modernen Marketings in wirtschaftlicher, wirtschaftspolitischer und sozialer Bedeutung gerecht werden.

#### **§ 4**

##### **Mitgliedschaft**

- 1) Die Mitglieder des Vereins können natürliche Personen (persönliche Mitgliedschaften), Firmen und Institutionen (Firmenmitgliedschaften) sein. Persönliches Mitglied kann werden, wer führend, leitend oder lehrend im Bereich Marketing tätig ist oder eine marktori-

enterte Führungsaufgabe wahrnimmt. Firmenmitgliedschaften können markt- und kundenorientierte Unternehmen und Institutionen erwerben, die sich der Weiterentwicklung des Marketings in besonderem Maße verpflichtet fühlen.

- 2) Juristische Personen können im Rahmen einer Firmenmitgliedschaft namentlich zu benennende Mitarbeiter entsenden, die den Kriterien von Abs. 1 entsprechen. Über die Anzahl der im Rahmen von Firmenmitgliedschaften zu benennenden Personen entscheidet der Vorstand. Die Firmenmitgliedschaft gewährt eine Stimme in der Mitgliederversammlung.
- 5) Die Mitgliedschaft wird durch Aufnahme erworben. Über Anträge auf Aufnahme entscheidet der Vorstand. Eine Begründung bei einer Ablehnung erfolgt nicht.
- 6) Ferner besteht die Möglichkeit einer Mitgliedschaft als förderndes Mitglied, wobei diese Förderung darin besteht, beratend und unterstützend tätig zu sein. Insoweit haben diese Fördermitglieder abweichend von § 5 Absatz 1, 3 und 4 der Satzung kein Stimmrecht und keine Verpflichtung zur Entrichtung von Mitgliedsbeiträgen. Über die Aufnahme dieser so genannten fördernden Mitglieder entscheidet der Vorstand.

## **§ 5**

### **Rechte und Pflichten der Mitglieder**

- 1) Alle Mitglieder des Vereins haben die gleichen Rechte und Pflichten, soweit nicht ausdrücklich anders geregelt. Die Mitglieder sind verpflichtet, die Bestimmungen der Satzung und die Beschlüsse der Mitgliederversammlung einzuhalten. Sie sind gehalten, den Vorstand bei der Erfüllung seiner Aufgaben zu unterstützen.
- 2) Die Mitglieder sind berechtigt, die Einrichtungen und Leistungen des Vereins in Anspruch zu nehmen, insbesondere Rat und Unterstützung in allen beruflichen Fragen des Marketings.
- 3) Jedes Mitglied kann Anträge zur Mitgliederversammlung stellen. Die Beschlussfassung über Rechtsgeschäfte oder Streitigkeiten zwischen Mitglied und Verein ist ausgeschlossen.
- 4) Die Mitglieder haben Beiträge zu leisten. Die Höhe der Mitgliederbeiträge wird von der Mitgliederversammlung beschlossen. Die Mitgliederversammlung legt fest, ob bei Eintritt in den Verein eine Aufnahmegebühr erhoben wird. Der festgesetzte Mitgliedsbeitrag ist im Voraus zu Beginn des Geschäftsjahres zu entrichten.
- 5) Der Verein darf niemanden durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind oder durch unverhältnismäßig hohe Zuwendungen begünstigen.
- 6) Der Verein erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten der Mitglieder unter Berücksichtigung der allgemein gültigen Datenschutzgesetze. Einzelheiten zum Umgang mit Mitgliedsdaten werden von der Mitgliederversammlung beschlossen

## **§ 6**

### **Ende der Mitgliedschaft**

- 1) Die Mitgliedschaft endet durch Austritt oder Ausschluss sowie bei persönlicher Mitgliedschaft durch Tod oder Verlust der nach § 4 Abs. 1, 2 und 3 geforderten persönlichen Eigenschaften, bei Firmenmitgliedschaften auch durch Auflösung der Gesellschaft.
- 2) Der Austritt kann nur mit einer Frist von 3 Monaten zum Ende des Geschäftsjahres in Textform erklärt werden.
- 3) Der Ausschluss eines Mitglieds kann vom Vorstand beschlossen werden, wenn ein wichtiger Grund vorliegt.

Wichtige Gründe sind insbesondere:

- a) Ein Verhalten, das im ernsthaften Widerspruch zu den Aufgaben und Interessen des Clubs steht oder sein Ansehen gefährdet.
- b) Grobe oder wiederholte Zuwiderhandlung gegen die Satzung oder Beschlüsse der Mitgliederversammlung.
- c) Nichtzahlung des Jahresbeitrags, wenn das Mitglied trotz Mahnung mit der Zahlung länger als 6 Monate im Rückstand ist. In diesem Fall kann der Ausschluss durch Streichung von der Mitgliederliste vorgenommen werden.
- 4) Der Ausschließungsbeschluss ist dem Mitglied schriftlich bekanntzugeben. Ihm steht die Berufung an die Mitgliederversammlung offen.

## **§ 7**

### **Organe des Vereins**

- 1) Die Organe des Vereins sind:
  - a) die Mitgliederversammlung
  - b) der Vorstand
  - c) der Beirat.
- 2) Die Organe des Vereins sind verpflichtet, über alle ihnen bekanntwerdenden internen Geschäftsvorgänge der Mitglieder sowie von Firmen, denen Vereinsmitglieder angehören, Verschwiegenheit zu bewahren.
- 3) Die Organe sind ehrenamtlich tätig.

## **§ 8**

### **Mitgliederversammlung**

- 1) Mindestens einmal jährlich ist eine ordentliche Mitgliederversammlung einzuberufen.
- 2) Außerordentliche Mitgliederversammlungen sind einzuberufen, sofern dies im Interesse des Vereins notwendig ist, ferner, wenn der Vorstand dies beschließt oder 1/5 der Mitglieder unter Angabe der Tagesordnung die Einberufung einer Mitgliederversammlung fordert.
- 3) Die Einberufung erfolgt durch den Vorstand. Die Mitglieder sind in Textform unter Angabe der Tagesordnung mit einer Frist von mindestens 2 Wochen zu der Versammlung einzuladen. Jede satzungsgemäß einberufene Mitgliederversammlung ist beschlussfähig, sofern mindestens 2 Mitglieder des Vorstandes und weitere Mitglieder anwesend sind. Über den Verlauf und die Ergebnisse der Mitgliederversammlung ist eine Niederschrift anzufertigen, die vom Präsidenten und einem weiteren Vorstandsmitglied zu unterzeichnen ist.
- 4) Die Mitgliederversammlung beschließt mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Stimmgleichheit gilt als Ablehnung; Enthaltungen werden bei der Berechnung der Mehrheit nicht mitgezählt. Satzungsänderungen bedürfen einer Mehrheit von 3/5 der abgegebenen Stimmen.
- 5) Stimmrechtsübertragungen sind nicht möglich.

## **§ 9**

### **Aufgaben der Mitgliederversammlung**

- 1) Die Mitgliederversammlung ist insbesondere zuständig für folgende Angelegenheiten:
  - a) Wahl des Vorstandes und des Beirats

- b) Entgegennahme des Geschäftsberichts und der Jahresrechnung
- c) Entlastung des Vorstands und Beirats
- d) Verabschiedung des Haushaltsplans
- e) Festsetzung der Mitgliederbeiträge und Aufnahmegebühren
- f) Entscheidung über die Berufung eines Mitglieds gegen seinen Ausschluss
- g) Änderung der Satzung
- i) Auflösung des Vereins.

## § 10

### **Vorstand**

- 1) Der Vorstand besteht aus mindestens 3 Mitgliedern.
- 2) Der Vorstand entscheidet in allen Angelegenheiten, die nicht der Beschlussfassung der Mitgliederversammlung unterliegen. Er leitet die Tätigkeit des Vereins.
- 3) Der Präsident leitet die Versammlungen und Sitzungen der Organe; im Falle seiner Verhinderung wird er durch eines der anderen Vorstandsmitglieder vertreten.
- 4) Der Vorstand fasst seine Beschlüsse mit Stimmenmehrheit der anwesenden Vorstandsmitglieder.
- 5) Die Amtszeit des Vorstands beträgt zwei Jahre. Wiederwahl ist zulässig. Scheiden Vorstandsmitglieder vorzeitig aus, so kann der Vorstand für den Rest der Amtsdauer ein Mitglied aus dem Beirat in den Vorstand berufen.
- 6) Jedes Mitglied des Vorstands ist alleinvertretungsberechtigt.
- 7) Der Vorstand kann über die Vertretungsbefugnis, die Geschäftsverteilung und die weitere Arbeitsweise des Vereins eine Geschäftsordnung beschließen.

## § 11

### **Beirat**

- 1) Der Beirat besteht aus mindestens 3 Mitgliedern.
- 2) Die Amtszeit des Beirats beträgt zwei Jahre. Wiederwahl ist zulässig.
- 3) Der Beirat hat die Aufgabe, den Vorstand in seiner Tätigkeit zu unterstützen und zu beraten.

## § 12

### **Auflösung des Vereins, Aufhebung, Wegfall des Vereinszwecks**

- 1) Die Auflösung des Vereins kann nur in einer zu diesem alleinigen Zweck einberufenen außerordentlichen Mitgliederversammlung mit einer Mehrheit von 60% der erschienenen Mitglieder beschlossen werden.
- 2) Bei Auflösung oder Aufhebung des Vereins oder bei Wegfall seines bisherigen Zwecks fällt das Vereinsvermögen unter Berücksichtigung der Regelung des § 6 Abs. 5 einem gemeinnützigen Zweck wie z.B. dem Deutschen Marketing Verband e.V., Düsseldorf, oder einer von der Mitgliederversammlung (siehe § 13 Abs. 2) bestimmten Verein oder gemeinnützigen Institution zu, der es ausschließlich für gemeinnützige Zwecke zu verwenden hat.

## § 13

### **Schlußbestimmungen**

- 1) Satzungsänderungen können nur von der Mitgliederversammlung beschlossen werden. Zu einem Beschluss auf Satzungsänderung ist eine Mehrheit von zwei Dritteln der anwesenden Stimmberechtigten erforderlich.

- 2) Die beantragte Satzungsänderung muss im Wortlaut und mit schriftlicher Begründung mit der Einladung bekannt gegeben werden. Inhaltliche Änderungen vorliegender Anträge sind während der Beratung möglich. Ein so geänderter Antrag muss vor der Beschlussfassung im Wortlaut vorliegen und vorgelesen sein.
- (3) Der Vorstand wird ermächtigt, Satzungsänderungen, die von dem Registergericht oder von dem Finanzamt aus Rechtsgründen für erforderlich gehalten werden, selbst zu beschließen und anzumelden.

## Anhang 1

### Mitgliedsbeiträge Persönliche Mitgliedschaft

250 € im Kalenderjahr      Fälligkeit im Dez. des Vorjahres,  
    DE & AT, Einzug per SEPA      Lastschrift,  
    Überweisung aus CH sind möglich

100 € Aufnahmegebühr

### JUMP Mitgliedschaft

200 € im Kalenderjahr, weitere Infos wie für persönliche Mitgliedschaft

### Angebot für Gründungsmitglieder

Jump'n Run

Bei Zahlung des Mitgliedsbeitrages im März 2017 (bzw. umgehend nach der Konteneröffnung)

350 € Mitgliedsbeitrag für die Jahre 2017 + 2018, Aufnahmegebühr entfällt

### Angebot für Gründungsmitglieder Kategorie JUMP

300 € Mitgliedsbeitrag für die Jahre 2017 + 2018, Aufnahmegebühr entfällt

Das Angebot ist auch gültig für die ersten Mitglieder die bis Juli 2017 beitreten

Wenn eine Person als Gast einen Event besuchte wird der Gastbeitrag (ca. €30.00), verrechnet, falls er/sie gleichentags (innerhalb 7 Tage nach dem Event) dem Club Beitritt.

### Mitgliedsbeiträge Firmenmitgliedschaften

Diese müssen wir noch erarbeiten, d.h. welche Preise und Vorteile erhalten Firmenmitglieder.

Wir sollten hier von der Mitgliederversammlung als Vorstand den Auftrag erhalten dies zu erarbeiten.

<http://marketing-club-stuttgart.de/?navid=12&newsid=16&nav=12>

## Anhang 2

Hier finden Sie einige wichtige Informationen über die Daten, welche wir von unseren Mitgliedern bearbeiten und speichern.

1) Der Marketing Club erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten seiner Mitglieder/Benutzer (Einzelangaben über persönliche und sachliche Verhältnisse) unter Einsatz von Datenverarbeitungsanlagen (EDV) zur Erfüllung der gemäß dieser Satzung zulässigen Zwecke und Aufgaben, beispielsweise im Rahmen der Mitgliederversammlung.

Hier handelt es sich insbesondere um folgende Mitgliederdaten:

- Name und Anschrift,
- Bankverbindung,
- E-Mail-Adressen,
- Geburtsdatum,
- Funktion im Verein

2) Als Mitglied in einem Dachverband für Marketing Clubs ist der Marketing Club ermächtigt, bestimmte personenbezogene Daten dorthin zu melden. Übermittelt werden an den Dachverband z. B. Name und Alter des Mitglieds, Name der Vorstandsmitglieder mit Funktion, Anschrift, Telefonnummern und Email-Adressen.

3) Im Zusammenhang mit seinen Aufgaben bzw. seinem Verbandszweck veröffentlicht der Marketing Club personenbezogene Daten und Fotos seiner Mitglieder z.B. in seiner

- Clubzeitung,
- Mitgliederverzeichnis, oder auf seiner
- Homepage.

Diese Informationen wie auch weitere Daten und Fotos werden zur Veröffentlichung an Print- und Telemedien sowie elektronische Medien vermittelt.

Ein Mitglied kann jederzeit gegenüber dem Vorstand der Veröffentlichung von Einzelfotos seiner Person widersprechen. Ab Zugang des Widerspruchs unterbleibt die Veröffentlichung/Übermittlung vorhandener Fotos auf der Club-Homepage – ebenso beim DMV.

Der Marketing Club hat Versicherungen und Verträge zur Belieferung der Mitglieder mit Fachinformationen abgeschlossen oder schließt solche ab, aus denen er und/oder seine Mitglieder Leistungen beziehen können.

Soweit dies zur Begründung, Durchführung oder Beendigung dieser Verträge erforderlich ist, übermittelt der Marketing Club personenbezogene Daten seiner Mitglieder [Name, Adresse, Geburtsdatum und Alter, Funktion im Verband etc.] an das zuständige Unternehmen.

Der Marketing Club stellt hierbei vertraglich sicher, dass der Empfänger der Daten ausschließlich gemäß dem Übermittlungszweck verwendet.

4) Jedes Mitglied hat im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes (insbesondere §§ 34 und 35 BDSG) das Recht auf Auskunft über die zu seiner Person gespeicherten Daten, deren Empfänger und den Zweck der Speicherung sowie auf Berichtigung, Löschung oder Sperrung seiner Daten.

Die Erhebung und Übermittlung der Daten erfolgt durch den Marketing Club erlaubterweise im Rahmen des § 28 BDSG.

5) Durch ihre Mitgliedschaft stimmen die Mitglieder der Erhebung, Verarbeitung (Speicherung, Veränderung, Übermittlung) und Nutzung ihrer personenbezogenen Daten in dem vorgenannten Ausmaß und Umfang zu.

Eine anderweitige, über die Erfüllung seiner satzungsgemäßen Aufgaben und Zwecke hinausgehende Datenverarbeitung oder Nutzung (z. B. zu Werbezwecken) ist dem Marketing Club nur erlaubt, sofern er aus gesetzlichen Gründen hierzu verpflichtet ist oder das Mitglied eingewilligt hat, ein Datenverkauf ist nicht statthaft.

## Anhang 3

### **Mission / Strategie / Vision ==> Vernetzen. Lernen. Verändern.**

Wir sind ein Netzwerk von leidenschaftlichen MarketingexpertInnen in der Vierländerregion Bodensee und bieten einen offenen und branchenübergreifenden Erfahrungs- und Wissensaustausch mit viel Potenzial zum Netzwerken für den persönlichen Erfolg.

Die **Bedeutung des Marketings im digitalen Wandel (Digital Marketing)** ist unser Schwerpunktthema in 2017.

Siehe auch: <http://www.marketingverband.de/der-dmv/studien/marketingorganisation-der-zukunft/>

Alleinstellungsmerkmale siehe auch <http://mclago.drkpi.ch/?p=98>

### **Warum es sich lohnt, Mitglied im neuen Marketing Club Lago zu werden**

- aktuelles und zukunftsorientiertes Marketingwissen durch erstklassige Weiterbildungsmöglichkeiten bei Fachvorträgen, Workshops, MCLago Best Practice Academy Events und interaktiven Clubabenden
- branchenübergreifender Erfahrungsaustausch mit Marketingexperten aus unterschiedlichsten Fachbereichen. Unsere Clubabende bieten den Rahmen für praxisnahe Einblicke, offene Diskussionen und geben kreative Impulse
- Unkomplizierter digitaler Austausch zwischen den Mitgliedern für die schnelle Hilfe „on demand“ (Dominik Birk)
- exklusiver Zugang zu aktuellen Markt- und Marketinginformationen wie beispielsweise Benchmark-Analysen, erprobte Checklisten, praktische Ratgeber, White Papers und vieles mehr
- kostenfreie Teilnahme an Veranstaltungen der über 65 Marketing-Clubs unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes (DMV). Er bildet mit über 14.000 Mitgliedern den führenden Berufsverband für Marketing in Europa.
- Abonnement der Fachzeitschrift „Absatzwirtschaft“ mit Zugang zur digitalen Bibliothek im Wert vom Euro 150
- Aufnahme in das XING Netzwerk des DMV

#### Offene Punkte

- Gewichtung der Punkte fehlt. Was können wir schnell liefern, was erst später?
- Begrifflichkeiten klar definieren, Bsp. MCLago Best Practice Academy Events – was wollen wir darunter verstehen?
- Ggf. Differenzierung B2B/B2C?

## Anhang 4

### Kommunikation: Strategie und Umsetzung Marketing Club Lago e.V.

#### 1. Content

Wir brauchen Inhalte für unsere Kommunikation. Das ist z.B. -

- Texte primär für Online News
- Fotos von Events, etc.
- Checklisten, Briefing Papers (2-3 Seiten von einer Erfahrungsgruppe z.B. Präsident und Beiratsmitgliedern). Lektorat
- Newsletter für die Webseite (Mitglieder und Nicht-Mitglieder)
- Und weitere Dinge wie Facebook Content (kurz mit Foto, etc.)

#### 2. Aller Anfang ist nicht einfach

Unsere Webseite ist noch im Aufbau zur Zeit auf <http://MCLago.DrKPI.ch>  
Diese wird peu à peu graphisch auf Vordermann gebracht.

Ebenfalls wird, wenn möglich ein Teil auf der Webseite eingerichtet, wo sich Mitglieder einloggen können. Da werden ihnen dann Inhalte wie Checklisten oder Short Briefs angeboten, welche ihnen Mehrwert bieten.

Diese Inhalte wurden von Mitgliedern erarbeitet. Sie fassen Dinge und Erkenntnisse zusammen, welche sich aus Veranstaltungen des MC Lago ergeben haben.

Der Fokus ist hier die Erkenntnisse von Roundtables, Erfa Gruppen wie Best Practice / Benchmarking, Rapid Prototyping/Portfolio Management/Business Model Canvass usw. zusammen zu fassen.

#### 3. Social Media - zur Zeit nur Facebook

Mehrere Gespräche wurden von Michael Blösch und Urs E. Gattiker mit MC Stuttgart, München, Ulm / Neu-Ulm und Nürnberg geführt. Ebenfalls wurden Xing, Instagram, LinkedIn, Facebook, usw. Aktivitäten und Gruppen von verschiedenen Clubs analysiert.

Es scheint, dass es für uns am Anfang gut ist, unsere Kräfte zu bündeln. Wir werden uns deshalb vorerst nur auf eine Facebook Seite beschränken.

Dabei werden wir auch sehen ob wir in Xing eine Gruppe machen wo wir nur über unsere Events informieren.

Die Idee ist, dass die aus Diskussionen während den Roundtables, Benchmarking/Best Practice Events usw. ebenfalls auf der Club Webseite publiziert werden (d.h. auf einem mit Login geschützten Teil).

#### 4. Wieviel ist genug?

Kontinuität & Qualität haben. D.h. wir werden weniger Inhalte produzieren z.B. 1 x Monat auf Blog/Webseite oder 1 x Facebook jede Woche

Web- wie auch Facebook Seite sind unser Schaufenster. Sie müssen Mehrwert für Club Mitglieder bieten. Aber auch potentielle Neumitglieder müssen hier interessante Sachen finden (= added-value).