



# Die Competence Circle des Deutschen Marketing Verbands

Mit acht Competence Circles bietet der Deutsche Marketing Verband inhaltliche Themen- und Kompetenzplattformen zu einer großen Bandbreite an Marketingthemen. Die Leiter und das Team der Facharbeitsgruppen sind Experten auf ihren jeweiligen Themengebieten und Sparring-Partner u.a. für den Deutschen Marketing Tag – das Jahresevent der Marketingbranche. Durch fachliche Expertise bei Studien, Fachbeiträgen oder auch Best-Practice-Beispielen und der Erstellung der Whitepaper erfolgt ein Know-how-Transfer über alle Ebenen des DMV hinweg.\*

Weitere Informationen und alle Whitepaper zum Download unter <http://www.marketingverband.de/de/der-dmv/dmv-competence-circles/>

## Employer Branding

Der Competence Circle Employer Branding behandelt den Prozess bzw. die Maßnahmen, um einen Arbeitgeber mittels strategischem Marketing gleichermaßen nach innen und außen attraktiv zu machen. Dabei sind vor allem die folgenden Themen relevant:

- Employer Branding für KMU – Was Arbeitgeber mit wenigen Ressourcen leisten
- Maßnahmen zur Gestaltung der Arbeitgeberattraktivität
- Maßnahmen der anlassbezogenen Rekrutierung professionalisieren (Stellenanzeige, Auswahlprozess bis zur Bewerberadministration wie dem Schriftverkehr)
- Gestaltung einer Employer Brand unter der Bedingung von Mitmachmedien
- Employer Branding unter der Bedingung besonderer Zielgruppen (Arbeitszeitmodelle, Generation Y/Z)



Mirco Welsing  
MC Bielefeld, Geschäftsführender  
Gesellschafter TMC GmbH –  
The Marketing Company



Katrin Böhme  
MC Dresden,  
Inhaberin MARKENwelten –  
Marketing mit Strahlkraft

## Markenmanagement

Der Competence Circle Markenmanagement stellt sich den Fragen der Markenführung in Märkten, die durch Dynamik und Komplexität bestimmt sind. Dabei soll das Problemverständnis für die aktuellen Veränderungen geschärft und der Markenansatz als Chance greifbar gemacht werden. Gerade in Zeiten des Wandels ist und bleibt die Marke wichtige Leitplanke und Anker für Unternehmen und Kunden.

In Whitepapers, Best Practices oder auch im Gespräch mit Marken-Machern werden Ansätze und Konzepte hinterfragt und etablierte Grundsätze offen zur Diskussion gestellt. So wird gezeigt, wie allgemeine Regeln der Markenführung erfolgreich umgesetzt werden. Darüber hinaus erhalten Marketer praxisorientierte Tipps für ihre tägliche Arbeit mit der Marke.

\* Die Leiter der Competence Circles setzen sich aus Mitgliedern der über 60 Marketing Clubs (MC) zusammen.

## Marketingplanung und -optimierung

Vor dem Hintergrund einer praxisnahen Herangehensweise hat sich ein großer Bedarf vor allem für mittelständische Unternehmen herauskristallisiert. Der Competence Circle will wichtige Fragestellungen erörtern, Schwachstellen aufzeigen und Lösungsvorschläge präsentieren, wie mit überschaubarem Einsatz gerade für mittelständische Unternehmen eine optimale Marketingplanung schneller zum Ziel führen kann. Die TOP Themen sind u.a. Best Practice Marketingplanung und Methoden zur Marketing Budget Optimierung.



**Christina Guth**  
MC Krefeld, Geschäftsführerin der CGW GmbH, Krefeld, Schwerpunkte: Konzeption, Marke (CI), Full-Service-Betreuung



**Annett Stang**  
MC Dresden, Marketingleiterin der Käserei Loose und Sachsenmilch

## Online/ Performance Marketing

Der Competence Circle versteht sich als Kompetenzzentrum zu den Themen Marketing-Automatisierung, Inbound-Marketing, Programmatic und Realtime Advertising, Content Performance Marketing und Datenschutz sowie Datensicherheit. Er dient auf neutraler, objektiver Ebene als eine Art „Kurator“ für aktuelle Entwicklungen, Trends und wissenschaftliche Erkenntnisse. Der Competence Circle formuliert und bearbeitet konkrete Fragestellungen und stellt die Ergebnisse in Form von Whitepapers allen DMV Mitgliedern als Orientierung und Diskussionsgrundlage für eigene Entscheidungen bereit.



**Alexander Wunschel**  
MC München, Geschäftsführer nextperts.net, Beratung für digitale Medien und Geschäftsführender Vorstand Marketing Club München e.V.

## Mediamanagement

Die Digitalisierung der Medien und die Veränderung der Mediennutzung stellen bisherige Mediastategien infrage. Zielgruppen werden aufgrund vielfältiger Daten definiert, die im Unternehmen selbst generiert oder am Markt ergänzt werden. Es entstehen mehr Segmente und individualisierte Ansprachen. Die Geschäftsmodelle aller Marktpartner verändern sich. Der Competence Circle Mediamanagement diskutiert und erforscht, wie Werbung-treibende und ihre Dienstleister von den Entwicklungen profitieren können.



**Ralf Scharnhorst**  
MC Hamburg, Inhaber Scharnhorst Media, Media Beratung und Planung

## Pricing

Der Competence Circle Pricing bietet Pricing Professionals aus Wissenschaft und Wirtschaft eine Plattform für praxisnahe Diskussionen für Lösungen von der Pricing-Strategie bis zur operativen Implementierung von Pricing-Prozessen und -Systemen. Neben aktuellen Forschungsergebnissen werden Best Practices entwickelt, die den Wissenstransfer zwischen Mitgliedern fördern. Inhaltliche Schwerpunkte sind Digital Pricing, Pricing Strategy, Price und Revenue Management, Behavioral Pricing, Dynamic Pricing und Monetization Models.



**Christian Kolodziejczak**  
MC Berlin, Senior Consultant Advisory Services Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Olaf Markhoff  
MC Frankfurt, SIDELINES –  
Agentur für Kommunikation GmbH

## Sponsoring

Stell Dir vor, Du bist Sponsor und keiner nimmt es wahr. Wer war Sponsor der letzten Weltmeisterschaft? Und was noch viel mehr als die schiere Logopräsenz interessiert: Was hat der Sponsor getan, um seinen Konsumenten zu erreichen? Neben einigen guten Beispielen, in denen dies Marken gelingt, gibt es eine Großzahl an Beispielen, bei denen das Sponsorship weitgehend am Kunden vorbeigeht und die teure Investition ins Leere schlägt. Im Competence Circle Sponsoring werden sowohl die guten, als auch die weniger effektiven Erfahrungen untersucht, mit dem Ziel, wertvolle Handlungsmaxime für Sponsoringtreibende zu entwickeln.

## Vertriebskanalmanagement

Neue Geschäftskonzepte, die Digitalisierung bestehender Geschäftsmodelle und neue Kundenerwartungen stellen traditionsreiche Branchen und klassische Vertriebswege auf den Kopf.

Der Competence Circle hat sich zum Ziel gesetzt, Transparenz zu schaffen, wissenschaftlich untermauerte Lösungswege aufzuzeigen und diese anhand von Praxisbeispielen mit Leben zu füllen.

Im Fokus stehen Fragen wie:

- Was erwarten Kunden heute und in Zukunft?
- Welche Absatzwege werden sie nutzen?
- Welche kommen neu hinzu und wie werden sie kombiniert?
- Welche Strategie ist die richtige: Multi-, Cross- oder Omni-Channel?
- Auf welche Herausforderungen stoßen die Unternehmen in der praktischen Umsetzung?

Aus der Praxis für die Praxis – mit vielen Umsetzungsbeispielen!



Sylvia Steenken  
MC Krefeld, FranchiseForYou,  
Beratung Franchise-Systeme

## Über den Deutschen Marketing Verband e.V.

Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland und der Österreichischen Marketing-Gesellschaft. Er vertritt die Interessen von über 14.000 Führungskräften aus marketingorientierten Unternehmen. Seit 1956 sorgt der Verband für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

[www.marketingverband.de](http://www.marketingverband.de)

## Pressekontakt:

Deutscher Marketing Verband e.V.  
Sternstraße 58 · 40479 Düsseldorf

Marina Droste  
Tel.: 0211.864 06-13  
[presse@marketingverband.de](mailto:presse@marketingverband.de)

### Impressum

Herausgeber: Deutscher Marketing Verband e.V. (DMV)  
Sternstraße 58, 40479 Düsseldorf,  
Fon +49 (0) 211.864 06-0, Fax: +49 (0) 211.864 06-40  
[info@marketingverband.de](mailto:info@marketingverband.de)  
[www.marketingverband.de](http://www.marketingverband.de)