



CHIO-Reitturnier in Aachen: Hauptstadion Mercedes-Benz-Nationenpreis 2008

Clubporträt MC Aachen

Marketing im Herzen Europas

Was verbinden Sie mit Aachen? Historie, High-Tech, Grenznahe lauten die Standardantworten. Ob Dom, Rathaus, internationale Karlspreisverleihung, Exzellenzuniversität RWTH oder CHIO-Reitturnier, die internationale Ausstrahlungskraft der euregionalen Stadt an der Grenze zu den Niederlanden und Belgien ist ungebrochen. Das zeichnet auch die Aachener aus: Weltoffenheit gepaart mit einem guten Schuss Bodenständigkeit und regionaler Verwurzelung.

Eigeninitiative ist bei den engagierten Bürgern Trumpf. Die zahlreichen Netzwerke und Vereine sind daher die Quelle für das kulturelle und wirtschaftliche Leben. Der lebensfrohe Aachener mischt überall mit und gestaltet gerne in Eigenregie sein Umfeld. So ist es auch im Marketing-Club Aachen. Ob anspruchsvolles Veranstaltungsprogramm, professioneller Internetauftritt, ansprechende Einladungskarten oder gastfreundliches Clubhotel – alles wird mit Leidenschaft betrieben. Das Themenspektrum der Marketingvorträge ist weit gefächert. Dabei steht die Qualität der Referenten im Vordergrund. Der Zuspruch der über 220 Mitglieder ist außergewöhnlich hoch. 2008 nahmen durchschnittlich rund 80 Personen an den einzelnen Veranstaltungen teil.

Zahlreiche hochkarätige Referenten sorgen für ein facettenreiches Programm. So gaben die Vorträge von Alemannia-Geschäftsführer Frithjof Kraemer und dem DFL-Geschäftsführer Tom Bender spannende Einsichten in die Vermarktung der TV-Rechte durch die Deutsche Fußball-Liga und in die Marketingaktivitäten des Zweitbundesligisten. Die Automobilindustrie nimmt eine Schlüsselstellung in unserer mobilen Gesellschaft ein. Doch was macht erfolgreiche Automarken heute und zukünftig aus? Alain Uyttenhoven, Vizepräsident und Geschäftsführer der Toyota Deutschland GmbH, ging in seinem Vortrag auf globale Herausforderungen ein, an denen sich das Marketing der Autoanbieter orientieren sollte. Im Zuge einer langfristig angelegten Diversifikationsstrategie hat sich Montblanc vom Synonym für funktionale Schreibgeräte zu einer der führenden internationalen

Luxusmarken entwickelt. Gerd Bostel, Executive Vice President International Marketing Montblanc, erläuterte in seinem Vortrag die wesentlichen Überlegungen und Schritte dieser nicht ganz selbstverständlichen Erfolgsgeschichte.

Selbstverständlich ist der Club auch beim weltberühmten CHIO mit von der Partie. Hier präsentieren sich die besten Reiter und Pferde aus aller Welt alljährlich einem fachkundigen Publikum. Als Veranstalter offeriert die Aachen-Reitturnier GmbH (ART) interessierten Unternehmen ein höchst werbewirksames Umfeld für ihre Marketingaktivitäten. Doch wie können sich Veranstalter im harten Wettbewerb um Sponsorengelder behaupten, und welchen Kriterien folgen Unternehmen bei der Auswahl ihrer Sponsoringaktivitäten? Über Erfolgskriterien und Trends im Sportsponsoring wurde auf einer Clubveranstaltung beim CHIO 2008 diskutiert.

Zum Clubprogramm gehören aber auch Besuche jenseits der Grenze. Zum Beispiel im niederländischen Limburg bei dem höchst erfolgreichen Hotelier Camille Oostwegel, dem es gelungen ist, die regionale Authentizität historischer Gebäude mit dem internationalen Flair herausragender Hotels und Restaurants zu verbinden.

Die Professionalität und Leidenschaft, mit der Marketing in Aachen betrieben wird, ist ausschlaggebend für das lebendige Clubleben – mitten im Herzen Europas!