

absatzwirtschaft

Zeitschrift für Marketing

- ▶ **Interview:**
Deutsche Bahn gibt Gas im Ticketvertrieb über Partner
- ▶ **Innovation:**
Agfa-Photo setzt Lizenzen neu in Szene
- ▶ **Regionalmarketing:**
Lotsen im Lokalen führen Kunden

Neuer Schub für Online-Handel

Starke Technik, pfiffige Anbieter, hohe Akzeptanz



Anzeige

**DAS
WOLLEN**

**VERBRAUCHER
HÖREN: S. 15**



Wind und Wasser prägen die Schleswig-Holstein Summer School: Junior Marketing Professionals aus den Clubs Bergisch Land, Dortmund, Köln und München an Bord der Blomquist.

Schleswig-Holstein Summer School of Marketing

B-to-B-Marketing macht Spaß

Die zweite Auflage der Schleswig-Holstein Summer School of Marketing begeisterte erneut alle Teilnehmer und Sponsoren.

Das Segel- und Workshop-Event an der Ostsee ist weiter auf Erfolgskurs. Erneut trafen sich Junior Marketing Professionals und Studierende aus ganz Deutschland in der letzten Mai-Woche zur gemeinsamen Summer School. Nach der Premiere im Vorjahr fand die Veranstaltung weiteren Zuspruch, so dass die Organisatoren sowohl eine zusätzliche Yacht chartern als auch einen weiteren Workshop auflegen mussten. Nach einem kurzen Segeltörn überraschten die jungen Marketer die Referenten von der ACO-Group und Venner Medical GmbH mit ihren kreativen Vorschlägen zum B2B-Marketing.



Marketing ist Chefsache: Hans-Julius Ahlmann, Gesellschafter der ACO-Group, begrüßte die Teilnehmer persönlich.



Kunstwerk Carlshütte: Zum Programm der Summer School gehörte auch der Rundgang über das Gelände der NordArt in Büdelsdorf.



Brainstorming zwischen Buffet und Tanzfläche: „Was ist Kunst?“ lautete die Frage am Samstagabend.