

# mcbrief



## Meer erleben in KIEL.SAILING CITY

*Weil man nie zu früh mit dem  
(Segeln)-Lernen anfangen kann*

### Titelthema

## Schleswig-Holstein Summer School of Marketing

*Was junge Marketer und erfahrene Marketing-Profis  
voneinander lernen können*

## Marketing on Stage

*Emotionen sind auch  
im B2B-Marketing gefragt*

MARKETING-CLUB



SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V.



# Schleswig-Holstein Summer School of Marketing

*Junioren aus ganz Deutschland  
sind begeistert vom Norden*



**B**ei herrlichem Wetter trafen sich Young Professionals aus ganz Deutschland zu einem besonderen Segel- und Workshop-Event.

Vom 30. Juni bis zum 4. Juli fand nach einer Initiative unserer Junioren die erste Summer School of Marketing statt.

Wind und Wasser, die Elemente, die uns im Land zwischen den Meeren täglich umgeben, prägten die erste Veranstaltung ihrer Art. Damit trafen die Initiatoren um Marcus Ebsen und Thomas Knigge zielsicher die Erwartungen der Teilnehmer. Junioren aus den Clubs Berlin, Dortmund, Bergisch Land, Köln/Bonn, Braunschweig, Münster/Osnabrück und München fanden den Weg nach Schleswig-Holstein, ergänzt um zwei Gäste von der Kieler Wirtschaftsakademie.



*Peter Fröhlich, Geschäftsführer der ACO Gruppe in Deutschland, erklärt die Produkte seines Hauses*

## Marketing hart am Wind

Im Vorfeld der Schleswig-Holstein Summer School of Marketing gab es in Kooperation mit den Wirtschaftsunioren aus Flensburg ein „tolles Team-Building auf dem Wasser“, so Kristin Wittmütz vom Marketing-Club Köln/Bonn. Für wasserfeste Teilnehmer hatten die Wirtschaftsunioren Michael Pianka und Felix Worm einen Segeltörn nach Sonderborg ausgearbeitet. An Bord konnten sich die Junioren auf der Ostsee als „Herrscher der Meere fühlen“ schreibt Wittmütz im Forum zur Summer School bei Xing.

Nach zwei Tagen auf See galt es dann, an Land spezifische Marketingfragen zu lösen. Vorher besuchten die Teilnehmer in Büdelsdorf noch die Nord Art sowie die ACO Academy, wo sie von Johannes Ahlmann, Mitglied der Geschäftsleitung der ACO Gruppe, herzlich begrüßt wurden.



Auf Kurs: Junioren aus Dortmund und Wuppertal während des Törns nach Sonderborg



Junioren hart am Wind: Henning und Kerry aus Braunschweig auf der Yacht „I due astri“



### Konkrete Fragen an die Junioren

Nach Kaffee und Kuchen in der Alten Meierei von Büdelsdorf ging es am 2. Juli weiter in die Akademie Sankelmark. Dort warteten die beteiligten Unternehmen mit konkreten Fragen auf die Junioren. Für die ACO Gruppe galt es, ein Employer Branding zu entwickeln, um potenzielle Mitarbeiter wie Studienabgänger oder Experten für eine Tätigkeit beim Entwässerungsspezialisten zu interessieren und für die Marke ACO zu begeistern.

Im zweiten Workshop waren die Junioren gefragt, eine Social Media-Strategie für ein neues Produkt aus dem Hause Queisser zu entwickeln. Das Flensburger Unternehmen war kurzfristig als Sponsor eingesprungen und traf mit seiner Frage zur Markenführung im Internet auf breites Interesse, so wird der Workshop mit Queisser Pharma demnächst für einen anderen Club wiederholt.

Die ACO Gruppe, während der Workshops mit Johannes Ahlmann prominent vertreten, erwies sich als echter „Hidden Champion“ und bot „sehr interessante Einsichten“ wie Thorsten Doil, Marketing-Club Berlin, später äußerte.

### Wiederholung in 2011

„Eine gelungene Premiere“, meinte ebenfalls Laurence Reif d’Incau, Marketing-Club München, nach zwei Tagen auf See und interessanten Workshops. Dabei verhinderte weder die Fußball-Nationalelf mit ihrem Sieg im WM-Viertelfinale noch Flensburger Pils oder eiskalter Jägermeister die gute Stimmung. Für eine Wiederholung in 2011 freuen sich die Initiatoren auf tatkräftige Unterstützung aus dem Club.

Moritz Günther