



MARKETING CLUB
STUTTGART-HEILBRONN

CLUB PROGRAMM 1. Halbjahr 2022



Marketing Club Region Stuttgart-Heilbronn e.V.
kontakt@mc-stuttgart-heilbronn.de
Anmeldungen: www.mc-stuttgart-heilbronn.de

So druckt nur der
TESTSIEGER!



Überzeugen Sie sich von unserer beeindruckenden Auswahl an hochwertigen Drucksachen, Werbeartikeln und vielem mehr. Unsere Garantie: Knallige Tiefpreise, schnelle Lieferung und immer **Top-Qualität Made in Germany!**



+49 (0) 711 / 995 982 - 20

@ info@wir-machen-druck.de

➤ www.wir-machen-druck.de

Liebe MARKETIERS,

je komplexer die Welt wird, je mehr Wissen in ihr kursiert, desto wichtiger wird es, dieses Wissen in Netzwerken miteinander zu verbinden. Wir brauchen dringender denn je Gelegenheiten zum Diskurs. Unsere Marketing-Community möchte Ihnen die erforderlichen Impulse geben und Gelegenheiten bieten, diesen zu führen.

Wir laden Sie ganz herzlich dazu ein, sich aktiv daran zu beteiligen.



Corinne M. Nauber

Präsidentin des Marketing Club
Region Stuttgart-Heilbronn e. V.

Marketing Club Region
Stuttgart-Heilbronn
**JETZT MITGLIED
WERDEN!**



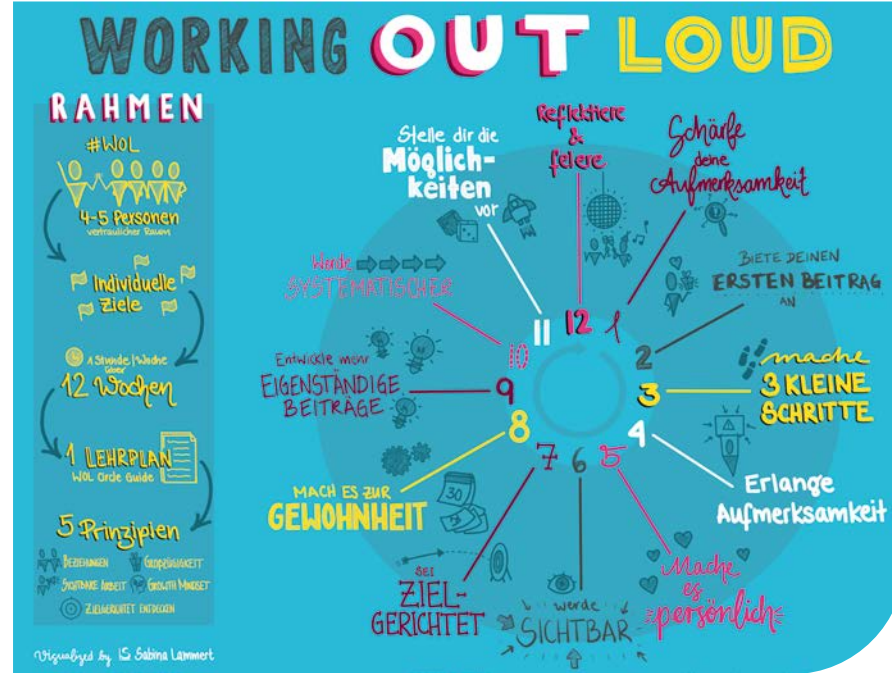
Do 20.01.2022 / Beginn 18.00 Uhr

Vernetzung lernen & sichtbar werden MIT DER WORKING OUT LOUD(WOL) METHODE

Location: Virtuell via Zoom

Referentin: Katharina Krentz, Gründerin/Begleiterin,
Beraterin, Trainerin & Coach für New Work
mit Schwerpunkt auf Vernetzung
Connecting Humans

Moderatorin: Melanie Zipf-Landwehr,
Strategic Marketing Manager,
Robert Bosch GmbH



Key Learnings:

- Das Wieso-Weshalb-Warum des WOL-Erfolgs
- Interaktiver Part mit Methodensimulation
- Vertiefende Einblicke in die Praxis – darum WOLLen so viele Menschen weltweit

#newwork #wol #workingoutloud #netzwerk #vernetzung #sichtbarkeit

Raus aus dem Einzelkämpfertum oder Silo, rein in die vernetzte, virtuelle Zusammenarbeit, Wissen teilen sowie von und miteinander lebenslang lernen und sich ständig eigenverantwortlich weiterentwickeln – das ist ein so oft genanntes Erfolgskonzept für das jetzige Wissens- und Datenzeitalter. Hierfür sind allerdings primär eine Haltungsveränderung und digitale Fähigkeiten notwendig, die nicht angewiesen oder schnell nebenbei erlernt werden können. Oder doch?

Working Out Loud (WOL) steht für eine andere Art der Vernetzung, Zusammenarbeit und Kommunikation primär über Social Media / digitale

Kollaborationsplattformen, die sich ganz einfach mit der WOL-Circle-Methode erlernen lässt. Doch was genau versteckt sich hinter WOL? Wie funktioniert die Circle-Methode? Warum ist die Methode für Unternehmen ebenso wie für Selbstständige und Privatpersonen so interessant? Anhand vieler Beispiele aus dem Praxisalltag erfahren Sie von einem erfahrenen WOL-Coach, was es mit der Methode auf sich hat und wie sie am besten eingesetzt werden kann. In der nachfolgenden Simulation wird die Circle-Methode anhand von Aufgaben aus den sogenannten WOL-Circle-Guides ausprobiert. Dabei erleben Sie, wie die Methode praktisch funktioniert und warum so viele Menschen weltweit WOLLen.

Di 15.02.2022 / Beginn 9.30 Uhr

#seo #suchmaschinenoptimierung #seokurs #seowebinar #seobasics

SEO 1X1

So steigern Sie Ihre Sichtbarkeit im Netz



Referierende: Andrea Lassak, Senior Online Marketing Managerin / Senior Digital Marketing Strategy Managerin,
Timo Artmann, Senior Online Marketing Manager, Funntastic GmbH / Tochter der Mosaiq GmbH

Moderator: Martin Stocker, SAP Customer Experience

Fehlt da nicht noch SEO? – Der Onlineauftritt ist mittlerweile der erste Kommunikationskanal für Unternehmen. Damit dieser möglichst nachhaltig und langfristig performt, ist eine durchdachte Strategie bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO) notwendig.

Schließlich sorgt eine bessere Sichtbarkeit in den Suchmaschinen nicht nur für eine größere Reichweite, sondern auch für mehr Nutzer:innen auf Ihrer Website.

Sie wollen die ersten Berührungspunkte mit SEO wagen und wertvolle Tipps zum Einstieg erhalten?

In dieser kostenlosen Websession geben Ihnen zwei SEO-Experten der Stuttgarter Digitalagentur Funntastic wertvolle Einblicke in die SEO-Basics, mit denen Sie Ihre Online-Marketing-Maßnahmen verbessern können.

Key Learnings:

- Einblick in die Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung
- Die Unterdisziplinen von SEO
- Wie kann die Sichtbarkeit bei den Suchmaschinen beeinflusst werden?
- Welche ganzheitliche SEO-Strategie ist für Unternehmen sinnvoll?

Do 17.02.2022 / Beginn 19.00 Uhr / Get-together 18.30 Uhr

THE LÄND. Das neue Image fürs Ländle.

Location: FILharmonie Filderstadt, Tübinger Straße 40, 70794 Filderstadt
und virtuell via Zoom

Referent: Peter Waibel, Geschäftsführer Kreation,
Jung von Matt Werbeagentur Stuttgart

Moderator: Steffen K. Schulik-Feddersen,
Projektbüro für Marketing-Kommunikation

Key Learnings:

- Kampagnen- und Ideenmanagement
- Kommunikationsstrategie-Entwicklung
- Pressearbeit für Kreativkampagnen

#thelaend #badenwürttemberg #jvmstuttgart

Die alte Kampagne „Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“ schaffte es erfolgreich, Baden-Württemberg deutschlandweit sympathisch zu machen. Die neue Kampagne betritt Neuland: Denn sie soll dringend benötigte Fachkräfte nach Baden-Württemberg locken. Dafür positionieren wir Baden-Württemberg selbstbewusst und merkfähig als THE LÄND – den Standort mit besten Arbeitsbedingungen und bester Lebensqualität. Vom Start weg sorgte die Kampagne für viel Wirbel und Polarisierung. Wirkt sie auch? Die Entstehung der Kampagne auf Basis kommunikationsstrategischer Überlegungen und intensiver Kreativprozesse wird

den Teilnehmer:innen im Rahmen der Veranstaltung vorgestellt und erläutert. In der anschließenden Diskussionsrunde bleibt viel Raum für den Austausch mit den Machern der Agentur. JvM beschreibt sich so: „Wir sind eine innovationsgetriebene Full-Service-Agentur für Analoges und Digitales. Wir wuppen Nötiges und meistern Mögliches. Von datenbasierter Strategie über Marketing und Campaigning, digitale Produktentwicklung und Social Media bis hin zu globalen Asset- Roll-outs. Wir bieten das volle Spektrum, kombiniert mit unserem wichtigsten Asset: kreatives Momentum.“

Wir können alles
neu erfinden –
**AUCH UNS
SELBST.**

Baden-Württemberg
THE LÄND

BESUCHE
UNS AUF
THELÄND.DE

Ladies Lounge #1

WEIN IM BLUT. HERZ IM WEIN.

Location: Weingut Bihlmayer, Reisacher Str. 60, 74245 Löwenstein

Kellerführung und Weinprobe: Amelie Bihlmayer

Organisation: Corinne M. Nauber, Geschäftsführerin Langenstein
Communication GmbH

Kostenbeitrag Weinprobe und Verkostung: 30 €/Teilnehmerin
max. 25 Teilnehmerinnen



MarketingFrauen

Anlässlich unserer ersten Ladies Lounge, des exklusiven Netzwerkformats der MarketingFrauen, lernen wir das Wirken von Cathrin, Desiree, Beatrice und Amelie vom Weingut Bihlmayer kennen. Wir starten um 17 Uhr mit einer kleinen Führung durch den Weinkeller und erfahren aus erster Hand, mit welcher Philosophie die vier Weinschwestern die Erfolgsgeschichte des elterlichen Unternehmens weiterführen. Bei der anschließenden kleinen Weinprobe und kleinen Köstlichkeiten bieten wir Ihnen die Gelegenheit zum intensiven Networking in entspannter Atmosphäre.

In jeder Hinsicht einzigartig:

Die Weine der Weinschwestern mit ihren kreativen Namen und den coolen Label-Designs. Sie strahlen in ihren Farben, Formen und Zeichnungen vielerlei Gerüche, Geschmacksrichtungen, Gefühle, Eindrücke, Erinnerungen und Sehnsüchte aus. Sie erzählen Geschichten und Träume. Das Quartett zeigt mit viel Frauenpower, wie Weine modern angebaut, ausgebaut und vermarktet werden, und das mitten in unserem Clubgebiet – in Löwenstein – rund 20km südöstlich von Heilbronn. Lassen Sie uns diesen Geheimtipp gemeinsam erkunden! Wir freuen uns auf Sie!

LADIES LOUNGES



Di 08.03.2022 / Beginn 9.30 Uhr

Visueller Content **SMARTE LÖSUNGEN FÜR UNTERSCHIEDLICHE HERAUSFORDERUNGEN**

Referierende: Christian Weber, Prokurist und Senior Director Sales,
Moritz Müller, COO für CGI-/3D-Aktivitäten,
Meyle+Müller GmbH+Co. KG

Moderator: Martin Stocker, Global Programs Marketing,
SAP Customer Experience

Key Learnings:

- Steigerung der CXP durch besten Content
- Innovative Content-Generierung von morgen
- Fotografie vs. CGI – beides hat Vorteile, manchmal im Zusammenspiel

Marketing-Content nimmt eine immer wichtigere Rolle ein, und die Möglichkeiten werden immer vielfältiger! Die Content-Experten von Meyle+Müller zeigen, wie visueller Content revolutioniert wird. Welche Möglichkeiten gibt es heute schon, und was bringt die Zukunft? Jedes Unternehmen und jede Branche braucht individuelles Consulting durch Profis und den richtigen Weg, Content klassisch oder hochinnovativ zu erzeugen. Beispiele aus der Praxis aktueller Prozesse und Projekte sowie ein Ausblick auf zukünftige Möglichkeiten warten auf Sie!

VERTRIEBSPodcast

Wo das Trendmedium Podcast tatsächlich echte Wirkung zeigen kann

Location: DIE CREW AG, Heinestraße 41A, 70597 Stuttgart
Referenten: Wolfgang Kröper, Leitung Kreation bei DIE CREW AG und Leiter der Crew Audio, und Dan Freisem, Geschäftsführer bei hearo solutions (Experte für Podcast Distribution)
Moderatorin: Constance Dada, Moderatorin, Sprecherin und Geschäftsführerin der Wortfabrik GbR in Stuttgart
max. 20 Teilnehmer:innen

Key Learnings:

- Podcasts sind ideal zur Information, Schulung und Unterstützung von Vertriebsteams
- Vertriebler:innen sind viel unterwegs. Bus, Bahn, Auto. Ideale Orte, um Podcasts zu hören
- Podcasts genießen deutlich mehr Aufmerksamkeit als „schwarze Bretter“, E-Mail-Memos und Chat-Nachrichten
- Audio zu produzieren, ist zwar, technisch gesehen, keine Raketenwissenschaft, inhaltlich aber umso komplexer



Alle produzieren Podcasts. Die Masse an Neuveröffentlichungen lässt es einen fast vermuten. Doch die meisten Sendungen können kaum eine Hörerschaft aufbauen. Hier Erfolg zu haben, ist keine einfache Aufgabe mehr. Es gibt allerdings einen Bereich, wo Podcasts echte Hinhörer werden und nachhaltigen Erfolg verbuchen. Bei der internen Kommunikation. Als Firmenradio, zur Mitarbeitendeninformation, als Schulungsplattform, Infodatenbank, als ein Kanal, um Vertriebsteams zu koordinieren. Die Stuttgarter Werbeagentur DIE CREW AG ist Pionierin auf diesem Gebiet und entwickelte für ihre Kund:innen mit starker Vertriebsausrichtung schon diverse erfolgreiche interne Podcastformate. Heute arbeiten die Stuttgarter Werber:innen im eigenen Tonstudio, mit Podcast-geschulten Projektleiter:innen, einem flinken Tontechniker und audioaffinen Konzeptioner:innen. Dass diese Art Kommunikation auch kreativ sein kann (ja, sogar muss!) zeigen die Awards, die die CREW Audio in den letzten Jahren für ihre Podcastkund:innen gewonnen haben.



MARKETING & VERTRIEB – Was hat Corona ausgelöst und wie geht es weiter?

Homeoffice, Webshopping, keine Kundenbesuche – das alles machen wir seit nun 2 Jahren durch. Wie tiefgehend hat das alles Marketing & Vertrieb verändert und wie wird es weitergehen? Darüber diskutieren wir mit namhaften Vertretern aus B2B und B2C und verbinden es mit Erkenntnissen aus der Forschung der Hochschule Esslingen.

Do 31.03.2022 / Beginn 18.30 Uhr / Get-together 18.00 Uhr

Location: Hochschule Esslingen, Campus Göppingen,
Robert-Bosch-Str. 1, Aula, 73037 Göppingen
Moderator: Prof. Dr. Rainer Elste
Im Anschluss: Podiumsdiskussion und Networking

Key Learnings:

- Welche Erfahrungen im Marketing und Vertrieb ziehen wir aus der Pandemie?
- Wie hat sich Marketing und Vertrieb durch die Pandemie weiterentwickelt?
- Wie geht es mit Kongressen und Messen weiter?
- Wie setzen sich virtuelle Kongresse und Messen durch bzw. wie sieht die Kombination zukünftig aus?

Impulsvorträge und Referenten:

Was dann doch plötzlich alles geht! Vertrieb von erklärungsbedürftigen Produkten vor, während und nach Corona

Christian Oltzsch, CSO, TTS Tooltechnic Systems AG & Co. KG (Festool)

Das Geschäft mit alkoholischen Getränken während der Pandemie

Dr. Arno Lippert, CEO, MBev Holding AG (Schweiz)

Virtuelle Veranstaltungsformate – Quo Vadis?

Erich Wolf, CEO, Aldinger+Wolf

Der Messebau im Umbruch

Alexander Kirchgessner, CEO, Creative Gestaltung GmbH

Digitalisierungsindex: Vermessung der Digitalisierung in Marketing & Vertrieb. Was hat sich mit Corona verändert?

Prof. Dr. Rainer Elste, Professor für Marketing & Vertrieb sowie digitale Geschäftsmodelle, Hochschule Esslingen/Campus Göppingen

IDEEN, MARKEN, CLAIMS

Wie kann ich sie schützen?

「MENOLD
BEZLER」



Mi 06.04.2022 / Beginn 19.00 Uhr / Get-together 18.30 Uhr

#marken #markenrecht #werberecht #urheberrecht

Location: Menold Bezler Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer Partnerschaft mbB, Stresemannstraße 79, 70191 Stuttgart

Referierende: Dr. Julia Schneider, Rechtsanwältin; Fachanwältin für gewerblichen Rechtsschutz; Partnerin, Markus Kleinn, Rechtsanwalt im Bereich Gewerbliche Schutzrechte, Wettbewerbs- und Urheberrecht, beide Menold Bezler Rechtsanwälte Steuerberater Wirtschaftsprüfer Partnerschaft mbB

Moderator: Dr. Matthias Schröder, Rechtsanwalt; Partner

Key Learnings:

- Rechtliche Schutzmöglichkeiten für Marken und Claims
- Unterschiede zwischen den verschiedenen rechtlichen Möglichkeiten
- Welcher rechtliche Schutz ist für welche Kreativleistung in welcher Form sinnvoll?

Marken gehören ins Marketing: Dort werden sie entwickelt, gelebt, beworben und manchmal auch wieder beerdigt. Doch in all diesen Lebensphasen lohnt sich immer auch der Blick durch die rechtliche Brille. Denn es lauern verschiedene Risiken und Hürden, und stets droht allen guten Ideen, Marken und Claims eine gemeinsame Gefahr – ihre Nachahmung oder Ausbeutung. Doch was unterscheidet eigentlich das ® vom ©, die Marke vom Patent und die Idee vom Claim? Der Vortrag will die verschiedenen rechtlichen Schutzmöglichkeiten im Hinblick auf ihren unterschiedlichen Zielsetzungen und Anforderungen anhand von Praxisbeispielen vorstellen sowie aufzeigen, für welche Kreativleistungen überhaupt rechtlicher Schutz sinnvoll beansprucht werden kann und in welcher Form. Gerne werden wir dabei auch auf Ihre individuellen Fragen und Beispiele im Rahmen der Veranstaltung eingehen und laden Sie herzlich ein, uns entweder bereits im Vorfeld oder im Laufe des Abends Ihre Fragen zukommen zu lassen.

POLESTAR SPACES

Wie wir eine digitale Marke erlebbar machen



Do 28.04.2022 / Beginn 19.00 Uhr / Get-together 18.30 Uhr

#mobility #futuremobility #digitalerautovertrieb #polestarcars

Location: Polestar Space Stuttgart, Kronprinzstraße 6, 70173 Stuttgart
Referent: Alexander Lutz, Managing Director,
 Polestar Deutschland Automotive GmbH
Moderatorin: Marlene Freienstein, Marketing, Polestar Deutschland

Key Learnings:

- Wie macht man eine Marke digital erlebbar?
- Wie gelingt der Brückenschlag zwischen digitalem Vertrieb und Live-Erlebnis – z. B. in unseren Spaces?
- „Next Level“: Das Autohaus als durchdachte und unvergleichliche Verkaufsumgebung, Eventlocation und Testdrive Hub

Voll digital und trotzdem hautnah erlebbar. Und das in der Automobilindustrie. Wie das gehen soll? Diese Frage haben wir uns auch gestellt. Unsere Antwort: Polestar Spaces. Wir bei Polestar setzen auf eine in der Automobilbranche neue Art des Vertriebes, der es Kund:innen ermöglicht, alles in wenigen Minuten online zu erledigen. Dabei findet vom Erstkontakt über die Konfiguration bis hin zum Kauf des Fahrzeuges alles digital statt. Um die Fahrzeuge dennoch für unsere Kund:innen erlebbar zu machen, setzen wir auf unsere Polestar Spaces. Die Polestar Spaces sind keine gewöhnlichen Autohäuser, sondern durchdachte und unvergleichliche Verkaufsumgebungen. Die minimalistisch, im skandinavischen Stil eingerichteten Showrooms ermöglichen es Interessierten, die Fahrzeuge ohne Druck und Stress kennenzulernen. Wie sehen solche Spaces aus? Wie können wir diese nicht nur für die Beratung, sondern auch für Events und Veranstaltungen nutzen? Wie passen sie in unsere Gesamtstrategie als digitale Marke? All diese Fragen werden wir persönlich vor Ort beantworten und einen Einblick in unsere Markenstrategie geben.

Di 10.05.2022 / Beginn 19.00 Uhr / Get-together 18.30 Uhr

TRANSFORMATION HR

Location: DESIGN OFFICES Stuttgart, Eberhardhöfe,
Eberhardstraße 65, 70173 Stuttgart

Referentin: Christine Rittner, Founder & CEO, CRC

Moderatorin: Corinne M. Nauber, Geschäftsführerin Langenstein
Communication GmbH

Key Learnings:

- Welchen Mehrwert kann HR Ihrem Unternehmen geben?
- Künftige interne und externe Herausforderungen an HR
- Best-Practice-Beispiele für Employer Branding aus Konzern, Mittelstand und Start-up
- Erfolgreiche Zusammenarbeit von Marketing und HR
- Wie kann man HR-Erfolge messbar machen?

#employerbranding #hrmarketing #mitarbeiterbindung

Transformation ist mit einem tiefgreifenden Wandel im Innengefüge eines jeden Unternehmens verbunden: Von der Führungskultur, die flexibler, offener und von flachen Hierarchien geprägt ist, über neue Arbeitsformen und Ansprüche an Qualifikation und Flexibilität der Mitarbeiter, bis hin zur Etablierung neuer Strukturen, die diesen Wandel tragen. Was aber bedeutet das für das HR und wie kann das Marketing dies unterstützen. Fragen, die Christine Rittner mit ihrer langjährigen Erfahrung als ehemalige Global CHRO im Vorstand bei Lidl und einer Gesamtverantwortung für 300.000 Mitarbeitende in 32 Ländern an diesem Abend beantworten wird. Die gebürtige Ostdeutsche steht für Business Transformation, insbesondere in den Bereichen Unternehmenskultur, Führung, Talentmanagement, HR-Digitalisierung, Recruiting und Learning. Als Inhaberin ihres eigenen HR- & Strategieberatungsunternehmens gibt Sie ihre Konzern-erfahrung zur HR-Transformation an Mittelstand und Start-up weiter. Insbesondere die Wichtigkeit des Menschen in der Digitalisierung spielt in ihrer Arbeit eine große Rolle.



Ihre Location für Messen, Kongresse und mehr

Modernes Messegelände

Einzigtiger Standort direkt an Flughafen und Autobahn

120.000 m² Hallenfläche und 33 Kongressräume im
ICS Internationales Congresscenter Stuttgart

Klimaneutraler Messestandort



Do 19.05.2022 / Beginn 19.00 Uhr / Get-together 18.30 Uhr

MEGATHEMA NACHHALTIGKEIT: Wie messen und meistern wir sie in der heutigen Wirtschaftswelt?

Location: Das Büro, Theodor-Heuss-Str. 16, 70174 Stuttgart
Referenten: Johannes Mauss, CEO Bio-Zentrale Naturprodukte GmbH und Gründer des The Green Fusion Network
Christian Thunig, Managing Partner, INNOFACT AG
Moderator: Hilmar Pfister, Gründer und CEO, PR mit Haltung



Key Learnings:

- Deshalb wird das Thema Nachhaltigkeit in Kommunikation und Marketing immer wichtiger
- So lässt sich Nachhaltigkeit planen, priorisieren und umsetzen
- So sollte das Thema Nachhaltigkeit in Unternehmen kommuniziert werden
- Auf diese Weise wird Nachhaltigkeit zum elementaren Bestandteil von Marketing



marketing-clubcast.de

#greenradar #nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit in Unternehmen entwickelt sich immer mehr zum Megathema.

„Wir müssen dieses Jahr nachhaltiger werden!“, lautet wohl aktuell einer der am häufigsten gehörten Sätze in den Führungsetagen deutscher Unternehmen. Auch wenn viele Branchenbeobachter:innen und Unternehmenslenker:innen Nachhaltigkeit zur Toppriorität 2021 auserkoren haben – bei der Umsetzung stehen die Unternehmen noch vor großen Hürden: Wie lässt sich das Thema angehen? Wo liegen die Herausforderungen? Und was muss ich tun, damit es nicht zum Strohfeuer wird, sondern zur dauerhaft geplanten Unternehmens-DNA? Diesen und anderen Fragen wollen wir gemeinsam mit Johannes Mauss, Geschäftsführer der Bio-Zentrale Naturprodukte GmbH und Gründer des The Green Fusion Network e.V., und Christian Thunig, Managing Partner der InnoFact AG, auf den Grund gehen. InnoFact und die Agentur Grabarz und Partner haben das Remote-Programm „Green Radar“ ins Leben gerufen, mit dem sie Unternehmenslenker:innen dabei unterstützen, vorhandene Lücken und Chancen beim Thema Nachhaltigkeit zu erkennen und eine klare grüne Strategie abzuleiten. Bei der Bio-Zentrale kam das Programm erstmalig zum Einsatz.



FOREVER YOUNG: Unser Weg in eine zirkuläre Ökonomie

Do 23.06.2022 / Beginn 19.00 Uhr / Get-together 18.30 Uhr

#nachhaltigkeit #recycling #kreislaufwirtschaft

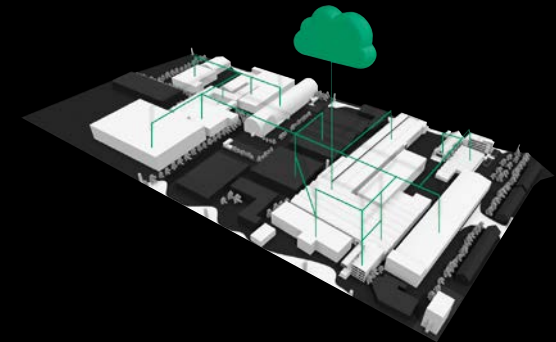
Location: OBJECT CAMPUS, Marie-Curie-Straße 3, 73770 Denkendorf
Referent: Daniel Butz, CEO, OBJECT CARPET GmbH
Moderatorin: Heidrun Scholten, Senior Director Strategy & Marketing,
 George P. Johnson GmbH

Key Learnings:

- Einführung eines zirkulären Produktlebenszyklus am Beispiel Teppichboden
- Zirkuläre Ökonomie: Bedeutung und Auswirkung für die Architektur- und Baubranche
- Führung durch den OBJECT CAMPUS

Wie kann zirkuläre Ökonomie funktionieren? Eines ist klar: Es bedarf starker Partner:innen, einer klaren Vision und einer schrittweisen Umsetzung. Unsere Kooperation mit der Umweltorganisation Healthy Seas, die Verwendung von recyceltem ECONYL Garn der Firma Aquafil, der Verzicht auf umweltschädliche Stoffe in unseren textilen Bodenbelägen – all das sind die Schritte von OBJECT CARPET in Richtung zirkuläre Ökonomie und Reduzierung unseres ökologischen Fußabdrucks. Denn wir beschäftigen uns schon lange intensiv mit der Frage: Wie können wir Bodenbeläge noch zukunftsfähiger machen? Oder wie können wir unsere Entsorgungsprobleme umweltgerecht lösen? Denn es steht außer Frage, dass die Themen Abfallvermeidung, Resteverwertung, Wiederverwendung und Recycling in der Gesellschaft und Wirtschaft angekommen sind und es höchste Zeit ist, aktiv zu werden! Daniel Butz, CEO OBJECT CARPET, wird in seinem Vortrag spannende Einblicke in die Entwicklung einer zirkulären Ökonomie bei OBJECT CARPET geben.

In der anschließenden Diskussionsrunde beschäftigen wir uns mit der Fragestellung, welchen Einfluss – und daraus resultierend – welche Auswirkungen zirkuläre Produkte auf die Kommunikation und Wahrnehmung zwischen Marken und Kunden haben. Darüber hinaus kann auch über die mögliche Entwicklung von gemeinsamen Circular-Economy-Geschäftsmodellen diskutiert werden.



urbanharbor EIN FAMILIENUNTERNEHMEN TRANSFORMIERT EIN GANZES STADTQUARTIER



Mi 29.06.2022 / Beginn 19.00 Uhr / Get-together 18.30 Uhr / Führung durch das urbanharbor Quartier: 17.30 Uhr

#transformation #kollaboration

#ökosystem #nachhaltigkeit

#klimatneutral

urbanharbor

maxmaier
urbandevelopment



Location: Kulturwerk & Foyer urbanharbor, Rheinlandstraße 10,
71636 Ludwigsburg

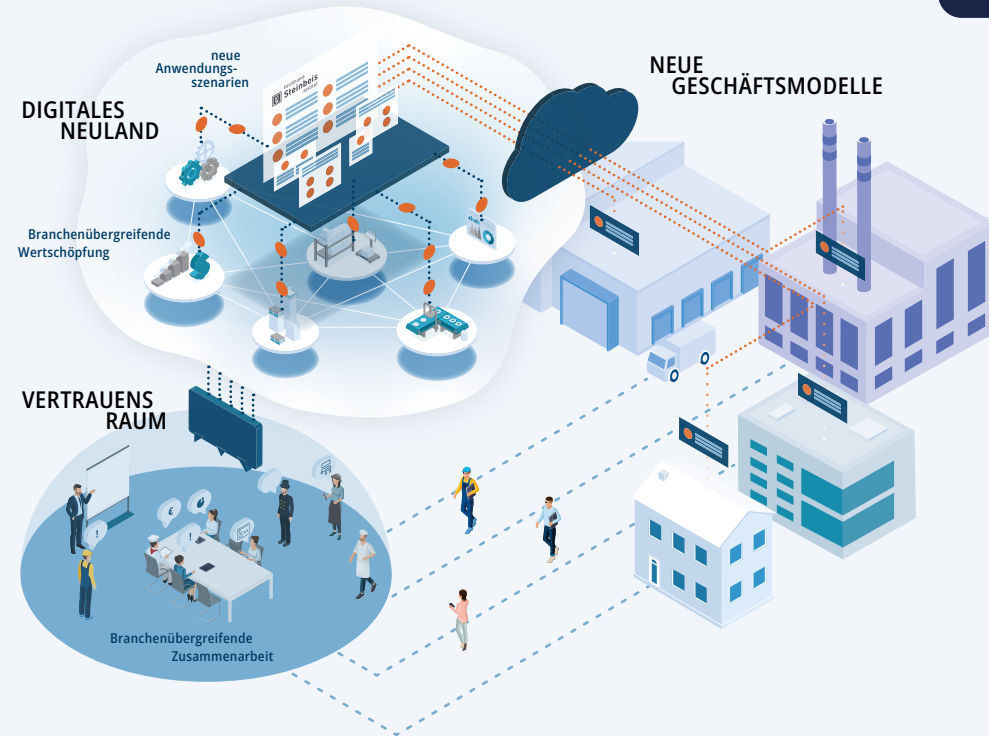
Referierende: Madlen und Max Maier, Gesellschafterfamilie,
maxmaier® businessgroup

Moderatorin: Corinne Nauber, Geschäftsführerin, Langenstein
Communication GmbH

Key Learnings:

- Transformation bedeutet einen Paradigmenwechsel im Denken
- Ökosysteme und sektorübergreifende Lösungen ersetzen Konkurrenzdenken
- Nachhaltige, digitale Transformation eines Stadtquartiers für Arbeitsplätze der Zukunft

Auf über 200.000 m² erstreckt sich der urbanharbor in Ludwigsburg: ein eigenes Ökosystem aus Start-ups der Region, Gastronomie, Einzelhandel und Unterhaltung. Die Vision dahinter ist ambitioniert: bis 2030 das erste produktive Stadtquartier Europas zu sein, das klimaneutral wirtschaftet. Die Namen der Mieter:innen repräsentieren das „who is who“ unserer Wirtschaftsregion. Sie finden hier einzigartige Voraussetzungen für kollaboratives Arbeiten. Denn das ist die Vision der Inhaberkfamilie Maier, die Transformation nicht auf die Digitalisierung bestehender Geschäftsmodelle reduziert, sondern einen Paradigmenwechsel weg vom Konkurrenzdenken hin zum Denken in sektorübergreifenden Lösungen proklamiert. Freuen Sie sich auf diesen inspirierenden Abend mit Madlen Maier und Max Maier jun., die uns ihre Geschichte gelebter Transformation ihres Familienunternehmens vorstellen werden.



Di 12.07.2022 / Beginn 19.00 Uhr / Get-together 18.30 Uhr

#businesstransformation #plattformökonomie #wertschöpfungspotenziale
 #digitalisierung #innovation #mittelstand

Verlagerung von Wertschöpfung durch digitale Geschäftsmodelle

Location: DESIGN OFFICES Eberhardhöfe,
 Eberhardstr. 65, 70173 Stuttgart

Referenten: Dr. Daniel Werth, Senior Researcher und Prof. Dr. Heiner Lasi,
 Akademischer Leiter, beide Ferdinand Steinbeis Institut

Moderatorin: Corinne M. Nauber, Geschäftsführerin
 Langenstein Communication GmbH

Key Learnings:

- Neue Geschäftspotenziale durch die bereichs- und branchenübergreifende, digitale Vernetzung
- Micro-Testbeds für gemeinsame Wertschöpfungsszenarien
- Verlagerung des klassischen Wettbewerbs hin zu digitalen Wertschöpfungsnetzwerken
- Einblicke in erfolgreich umgesetzte Projekte und Ansätze im Mittelstand

Die zunehmende Digitalisierung verändert die Art und Weise, wie Wertschöpfung künftig in Unternehmen entsteht. In diesem Zusammenhang ist zu beobachten, dass sich der klassische Wettbewerb auflöst und komplexere Wertschöpfungsnetzwerke sowie digitale Plattformen entstehen, in denen vor allem Daten und Informationen eine zunehmende Bedeutung zukommt. Doch gilt es zu verstehen und zu lernen, dass Daten nicht gleich Daten sind, warum bestimmte Daten als wertlos betrachtet werden können und deren Wert nicht rein durch das alleinige Besitzen erzielt wird wie bei Gold,

Schmuck oder durch den privaten Besitz wie bei hochwertigen Gemälden sogar erhöht wird. Die Antwort liegt in der Kooperation zwischen Unternehmen und einer zukünftigen Verlagerung unternehmerischer Wertschöpfung. Diskutiert und aufgezeigt werden zahlreiche, bereits erfolgreich umgesetzte Transferbeispiele. Sie erfahren an diesem Abend, wie Unternehmen mittels Digitalisierung – ausgehend von einer Verlagerung der Wertschöpfung auf digitale Plattformen – ihre Position verbessern können.

Mi 20.07.2022 / Beginn 17.30 Uhr / Get-together 17.00 Uhr

#bildung #lebenslangeslernen #bildungscampus

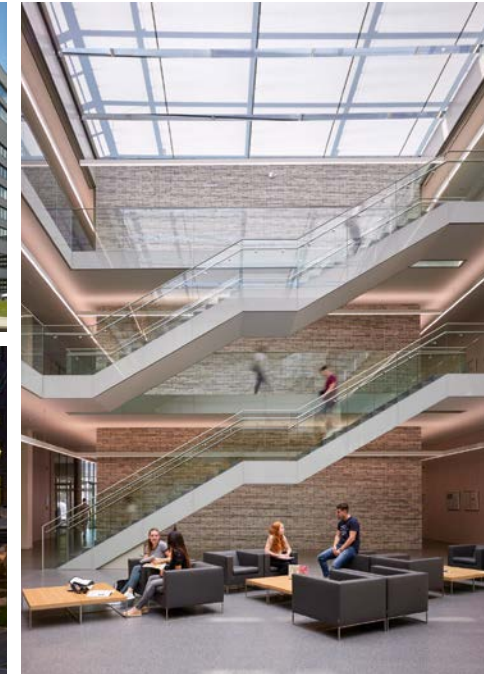
BILDUNG KENNT KEIN ALTER

Exklusive Einblicke in den Bildungscampus in Heilbronn

Location: Bildungscampus in Heilbronn

Genauer Treffpunkt und Ablauf siehe separate Einladung

Die Dieter Schwarz Stiftung folgt schon immer dem Credo „Bildung fördern, Wissen teilen, Zukunft wagen“. Letzteres meint hier nicht nur die Perspektive innovativer Technologien, sondern insbesondere auch die Zukunft unserer Gesellschaft. Es geht darum, die Neugier auf Naturwissenschaft, Technik und kommende Zukunftsfelder zu entfachen. Dafür braucht es konkreter, innovativer und zukunftsorientierter Ansätze, die nicht nur hinterfragen, was gelehrt und gelernt wird – sondern auch, wie und wo. Und dabei steht stets der Mensch im Mittelpunkt. Mit dem Bildungscampus in Heilbronn hat die Stiftung Raum für Ausbildung, Studium, Forschung und Weiterbildung geschaffen und zeigt, wie lebenslanges Lernen funktionieren kann. Wer schon immer gerne mehr über diese einmalige Bildungs- und Forschungslandschaft erfahren wollte, ist zu diesem exklusiven Rundgang über das Campusareal ganz herzlich eingeladen.



Mi 26.07.2022 / Beginn 15.30 Uhr Gartenführung / 17.00 Uhr Vortrag (Location-Wechsel!)

#markenstrategie

#markenidentität #zielsegmente

#weleda #einsmitdernatur

WELEDA

Der lange Weg aus der „anthroposophischen Nische“ in die tägliche Pflegewelt der Kunden

Führung: WELEDA Erlebniszentrum, Am Pflanzengarten,
73527 Schwäbisch Gmünd

Vortrag: WELEDA AG, Möhlerstraße 3-5,
73525 Schwäbisch Gmünd

Referentin: Nadja Holland, Regionalleitung Markt DACH,
Weleda AG

Moderator: Steffen K. Schulik-Feddersen,
Projektbüro für Marketing-Kommunikation

Key Learnings:

- Marken-Zukunftsfitness
- Strategisches Portfolio-Management
- Markenpositionierung im Handel

Eine starke und profilierte Tradition als Basis für die Zukunftsfähigkeit einer Marke kann auch eine Herausforderung sein. Die Nische, die WELEDA über Jahrzehnte besetzte, bedeutete auch eine starke Limitierung für die Expansion durch Line-Extensions. Ein sehr sensibler Umgang mit den historischen Werten und vorhandenen Stammkunden-Gruppen war notwendig, um die Unternehmenssubstanz nicht zu gefährden. Dazu brauchte es aber auch solide, belastbare Marktforschungsdaten und ein gutes Händchen für die neuen Möglichkeiten im Markt. Denn dort war in den letzten Dekaden sehr viel passiert – aufgrund veränderter Verbrauchereinstellungen und –erwartungen. Dabei ist die Diskussion um die Vermeidung von Nano-Plastikpartikeln, die bei WELEDA noch nie eingesetzt wurden, nur ein Faktor unter vielen.

Und außerdem ging es keineswegs darum, einfach noch ein weiteres Duschgel, um nur ein Beispiel zu nennen, im Drogerieregal zu platzieren, nur um dabei zu sein. Sondern auch darum, die ambitionierte Preisstellung im Handel durchzusetzen und zu verfestigen sowie parallel auch neue Käufergruppen anzusprechen.

Gemeinsam für leistungsstarkes Banking

Mit unseren einfachen, fairen Produkten
und Services sind wir immer an Ihrer
Seite – in der Filiale nebenan oder digital.

Sparda-Bank

sparda-bw.de