

Liebe Mitgliederinnen und Mitglieder,
liebe Freunde und Gäste des Marketing Club Berlin,

wir hoffen, Sie sind nach diesem turbulenten 2020, das so Einiges auf den Kopf gestellt und Jeden von uns immer wieder neu gefordert hat, gut ins neue Jahr gestartet. Auf diesem Wege noch einmal die besten Wünsche für 2021 und auf dass wir uns in diesem Jahr auch wieder häufiger persönlich treffen können.

Wie im Dezember-Newsletter schon angekündigt, möchten wir Ihnen zu den wichtigsten Club-Themen mit diesem Neujahrsbrief einen kurzen Rück- und gleichzeitig einen Ausblick auf 2021 geben.

Agilität und Reaktion auf aktuelle Entwicklungen

Was im März noch Niemand für möglich gehalten hatte: Innerhalb weniger Tage eskalierte die Entwicklung, die Nachrichten und die täglichen Zahlen des Robert-Koch-Instituts überschlugen sich – und uns blieb leider keine Alternative, als unsere **Jahres-Mitgliederversammlung, die für den 16. März geplant war, kurzfristig abzusagen.**

Was wir in dieser Zeit in Windeseile lernen mussten: Schnelle Reaktionen waren – und sind es immer noch – das Gebot der Stunde. Und so war der Marketing Club Berlin der **erste DMV-Club, der Ende März kurzfristig eine als Real-Event geplante Veranstaltung in ein Webinar überführte.** Das erste von vielen digitalen Events, die in Ermangelung anderer Möglichkeiten dann im Laufe des Jahres noch folgen sollten. Im August gingen wir mit unserem **neuen Spotlight Talk-Format das erste mal hybrid** und konnten eine Gruppe von Mitgliedern vor Ort begrüßen, während sich andere online zuschalteten. Wir konnten uns leider nicht mehr so oft wie sonst persönlich sehen, viele Events fanden digital statt. Und oftmals wurde das, was in einer Woche geplant war, am nächsten Tag schon wieder verworfen, da sich die Rahmenbedingungen geändert hatten.

Diese Agilität wird uns auch in diesem Jahr begleiten: Wir werden regelmäßig die Entwicklungen beobachten und unsere Entscheidungen an den aktuellen Empfehlungen ausrichten – und Sie über unseren Newsletter, über die Website und Social Media Kanäle darüber informieren. Wir werden neben **Corona-konformen Events** aber auch verstärkt daran arbeiten, **neue Mitglieder für den Marketing Club zu gewinnen sowie weitere relevante Leistungen zu schaffen** und Sie **stärker denn je in unsere Überlegungen und Handlungen einbeziehen** – wie genau, das erklären wir Ihnen in den nächsten Absätzen.

Programm: Monatliche Events – und auch wieder Highlights in 2021

In 2020 konnten wir Ihnen neben diversen Kooperationen insg. **12 originäre MCB-Events** anbieten; insg. hatten wir über **1.000 Anmeldungen von Mitgliedern und Gästen** und in Summe **über 700 Teilnahmen aus der Region** – obwohl Groß-Events in diesem Jahr nicht stattfinden konnten. Eine Teilnehmerzahl mit der wir sehr zufrieden sind! Danke, dass Sie unsere Hybrid- und Digital-Events gut angenommen haben. Aus



MARKETING CLUB
BERLIN

der Initiative rund um das erste Webinar im März, **Digital-Events auch für andere Clubs zu öffnen**, wurde schnell eine **eigene Website des DMV** – an deren Umsetzung Tobias York von unseren JuMPs (jetzt Marketing Pioniere) maßgeblich beteiligt war. So ist seit dem Frühjahr auch **regionen-übergreifendes Netzwerken in den über 60 Marketing Clubs Deutschlands** möglich. Ein Vorteil, den Corona geschaffen hat!

Für 2021 haben wir aktuell **mind. 2 Events pro Monat** für Sie geplant. Von **Workshops, über Vorträge, Panels, Diskussionen, Award-Verleihungen** ist alles mit dabei – und ob real, hybrid oder digital entscheiden wir weiterhin spontan. Wir hoffen, dass wir in 2021 auch wieder unsere **Highlight-Events wie den Berliner Marketing Tag und das MC Fest** ausrichten und dann zahlreiche Mitglieder und Gäste begrüßen können. Das genaue Programm sowie die **neue Format-Struktur aus Learn, Meet, Work & Premium** stellen wir Ihnen im 1. Quartal 2021 vor.

Eine Änderung wollen wir hier schon ankündigen: Um unseren Mitgliedern auch weiterhin exklusive Vorteile bieten zu können, haben wir uns entschlossen, **Gast-Teilnahmen an Online-Events ab 2021 ebenfalls kostenpflichtig zu machen** – wie es bei realen Events ja schon jahrelang gehandhabt wird. Den zu entrichtenden Betrag und die Modalitäten kommunizieren wir noch per Newsletter.

Mitgliederentwicklung: Corona-bedingten Rückgang durch mehr Partizipation auffangen

Leider mussten wir in den letzten 12 Monaten einen **Rückgang der Mitgliederzahlen** verzeichnen; aber: Wir haben auch **über 50 neue Mitglieder in 2020** gewinnen können. Und die ersten Anmeldungen ab dem 01.01.2021 liegen bereits vor.

Mitgliederwachstum ist für uns ein zentrales Ziel für die nächsten Monate und deshalb wollen wir Sie, unsere Mitglieder, stärker einbinden: Am **19. Januar 2021 ab 17.30 Uhr** beginnen wir das neue Jahr mit einer **Mitglieder-Lounge „Happy New 2021!“**, in der der **Vorstand noch einmal die wichtigsten Ziele für 2021 vorstellt** und sich gleichzeitig auch **alle interessierten Neu-Mitglieder der letzten 12 Monate digital präsentieren** können. Die Einladung zu diesem Event geht in den nächsten Tagen noch einmal per Newsletter-Verteiler heraus, Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie jetzt schon auf unserer Website.

Außerdem haben wir für das nächste Jahr eine **Mitglieder-Befragung** geplant und werden **aktiv Mitglieder-Akquise** betreiben, um das Netzwerk des MCB noch weiter auszubauen. In diesem Zusammenhang sei die **Mitglieder-werben-Mitglieder-Aktion** genannt – aber auch die Sonderaktion, dass für **Neu-Mitglieder die Aufnahmegebühr im Januar und Februar 2021 um 75% reduziert wird**.

Kommunikation: Mehrwert durch relevanten Mitglieder-Content

Eine Community lebt auch durch die Möglichkeit, von den **Best Practices der Mitglieder** zu lernen und zu profitieren. Deshalb haben wir nach Ausbruch der Pandemie eine eigene **Website-Rubrik „Marketing in Corona-Zeiten“** etabliert und zahlreiche Ihrer Beispiele vorgestellt – auch in der Absatzwirtschaft und in unseren



MARKETING CLUB
BERLIN

Newslettern und Social Media Posts. In vielen **Pressemitteilungen**, die Sie mit uns geteilt haben, erfuhren wir alle von weiteren spannenden Projekten – und haben uns sehr gefreut, dass trotz der widrigen Umstände das Business in 2020 für viele unserer Mitglieder erfolgreich verlief.

Im nächsten Jahr werden wir den Content unserer Mitglieder noch weiter ausbauen; wir haben uns zum Ziel gesetzt, **alle Neu-Mitglieder vorzustellen** und auch im 1. Halbjahr 2021 eine **neue Website auf den Weg zu bringen**. Gleichzeitig sind wir im Moment dabei, ein **Content-Team aus Mitgliedern aufzubauen** – melden Sie sich sehr gerne in der Geschäftsstelle, wenn Sie sich engagieren und aktiv einen Part übernehmen wollen. Und reichen Sie uns weiterhin spannende Cases, Pressemitteilungen oder Success Stories ein!

Aus JuMPs werden Marketing Pioniere

Sie haben sicher im Newsletter oder auf der Website gelesen, dass sich die deutschen JuMPs in den letzten Monaten einem **Relaunch** unterzogen haben: Unter dem Namen **Marketing Pioniere** gehen sie nun mit vielen neuen Ideen und Initiativen an den Start. Ein zentraler Punkt ist eine stärkere „**Themen-Strategie**“, die wir seitens des MCB aufgreifen und – wo es geht – übernehmen werden. Seien Sie gespannt auf diese stärkere thematische und organisatorische Verzahnung!

Für unsere Berliner JuMPs stehen bei der nächsten Wahl auch „altersbedingte“ Veränderungen an. **Tobias York ist als nationaler DMV-Sprecher für die Marketing Pioniere** gewählt worden; **neue Sprecher-Gesichter im Berliner Club** stellen wir Ihnen im neuen Jahr dann vor.

Jahresmitgliederversammlung im 1. Quartal 2021

Nachdem wir die Jahres-Mitgliederversammlung in 2020 ja leider ausfallen lassen mussten, haben wir diese **für das 1. Quartal 2021 fest eingeplant**. Nach aktuellem Stand werden wir die **Versammlung digital ausrichten**; die Einladungen gehen allen Mitgliedern bis **spätestens Mitte Februar** satzungskonform auf dem Postweg zu. Wahlen sind nach aktuellem Stand dann leider aufgrund rechtlicher Beschränkungen nicht möglich, aber wir haben im letzten Jahr aktiv an unserer Strategie gearbeitet und möchten Ihnen deshalb heute schon einige Details verraten.

Vorstands-Erweiterung und aktiver Einbezug eines neu ausgerichteten Beirats

Der Vorstand hat sich, gemeinsam mit unserem Ehrenpräsidenten Michael Schröder, unserem Marketing Pioniere-Sprecher Tobias York und unserer Geschäftsstellen-Leitung Andrea Kaul monatlich in 2020 getroffen. Wir haben gemeinsam eine grobe **Strategie entwickelt und erste Maßnahmenkataloge** entworfen, die es nun in den nächsten Wochen zu finalisieren gilt.

Die wichtigste Änderung: Damit wir 2021 unsere Ziele mit voller Kraft und Engagement verfolgen können, wollen wir den **Vorstand**, der aktuell aus 4 Personen besteht (Präsident, Geschäftsführender Vorstand, Vorstand Programm & Marketing



MARKETING CLUB
BERLIN

Kommunikation, Finanz-Vorstand) **um 4 weitere Personen erweitern**: Neu hinzu kommen eigene **Vorstandsressorts für Mitglieder, Marketing & Kommunikation, PR & Medien sowie für Transformation**. Mit dieser deutlichen Erweiterung wollen wir intern wie extern ein Zeichen setzen – und durch eine stärkere Verzahnung der Ressorts und Themen einen großen Schritt auch Richtung Digitalisierung gehen. Der ressort-übergreifende Vorstand Transformation soll dieser Entwicklung insb. Rechnung tragen und in allen strategischen wie operativen Bereichen Optimierungspotenziale identifizieren und umsetzen.

Darüber hinaus wollen wir auch unseren **Beirat deutlich vergrößern** und **Ansprechpartner für die verschiedenen Zielgruppen des MCB** schaffen. Die einerseits nach außen als Botschafter des Clubs agieren und dem Vorstand intern die wichtigsten Entwicklungen in den jeweiligen Zielgruppen und Branchen aufzeigen; damit wir unser **Angebot noch stärker an den Bedürfnissen unserer Mitglieder und Interessenten ausrichten** können setzen wir hier stärker als bisher auf Austausch und Interaktion.

Soviel für heute; weitere Details, die ersten Namen, Initiativen und Timings folgen in den nächsten Wochen und auf unserer **Mitglieder-Lounge am 19. Januar 2021**. Wir hoffen, wir konnten Ihnen aufzeigen, womit wir uns in den letzten Monaten beschäftigt haben und wie wir – mit Ihnen – in die nächsten Monate gehen möchten.

Enden wollen wir noch einmal mit einem Aufruf: **Ein Club lebt von seinen Mitgliedern – werden Sie gerne aktiv und melden Sie sich bei uns, wenn Sie sich engagieren möchten. Jetzt ist die Zeit, die entscheidenden Weichen zu stellen – und wir freuen uns über Ihr Engagement und Ihren Input.**

Wir sehen uns hoffentlich online am 19. Januar 2021 und freuen uns, dann auch Ihre Fragen beantworten zu können. Bis dahin bleiben Sie gesund und passen Sie auf sich und Ihre Lieben auf.

Herzliche Grüße

Thomas E. Herrich, Präsident

Christine Carboni, Vizepräsidentin, Vorstand Programm & Marketing Kommunikation

Armin Speer, Geschäftsführender Vorstand

Bernd Hartmann, Vorstand Finanzen

Michael T. Schröder, Ehrenpräsident

Tobias York, DMV-Sprecher Marketing Pioniere

Andrea Kaul, Geschäftsstellen-Leitung