

# Mission



Evolution statt Revolution



Deutscher Marketing-Verband e.V.  
Haroldstraße 14  
40213 Düsseldorf  
Telefon 02 11/8 64 06-0  
Telefax 02 11/8 64 06-40  
[www.marketingverband.de](http://www.marketingverband.de)  
[info@marketingverband.de](mailto:info@marketingverband.de)

Der Weg in die Zukunft!



Prof. Dr. Dr. h.c.  
Klaus E. Goehrmann  
Präsident Deutscher  
Marketing-Verband

## Marketing – Profession und Passion

Für Unternehmen, die weltweit präsent sind, ist es schon lange eine Selbstverständlichkeit. Sie schreiben ihre Werte, Normen und Zielsetzungen in einer Mission fest und kommunizieren sie. Diese Informationen bilden die Basis für Identifikation, Loyalität und Engagement der Menschen, die diese Unternehmenskultur leben und weiterentwickeln. So wird das Wir-Gefühl erzeugt, das alle, die davon erfasst werden, zu außerordentlichen Leistungen motiviert. Begeisterung und Stolz werden dadurch entfaltet und ein Klima voll Enthusiasmus und Engagement geschaffen.

Die Mission gilt für alle, die in einer Organisation verbunden sind. Sie vermittelt Leitlinien und damit Orientierungshilfen für die Umsetzung der Werte und Ziele in konkrete Maßnahmen.

Mit über 60 Marketing-Clubs und mehr als 12.000 Mitgliedern ist der Deutsche Marketing-Verband dezentral strukturiert. Umso wichtiger ist es, die Menschen durch eine Mission zu verbinden und diese auch in regelmäßigen Abständen zu überprüfen und zu aktualisieren. Das ist jetzt geschehen. Die neue Mission wurde in der Mitgliederversammlung verabschiedet und ist damit verbindlich für alle, die sich unter dem thematischen Dach des Marketing zusammengefunden haben. Sie ist dazu angelegt, das Zugehörigkeitsgefühl innerhalb des Verbandes und die zielgerichtete Wirkkraft des Marketing in Deutschland zu stärken. Die Mitglieder und Clubführungen sind die regionalen Repräsentanten des Marketing vor Ort und damit zugleich wichtige Multiplikatoren. Sie engagieren sich in ihren regionalen Clubs, denn sie verstehen Marketing als Profession und Passion.

Ihr

## Die Mission des Deutschen Marketing-Verbandes



### wer wir sind

Der Deutsche Marketing-Verband ist als Berufsverband des Marketing-Managements die größte Vereinigung von im Marketing tätigen Personen in Praxis und Lehre in Deutschland.

## was wir wollen

### 1. Wir sind die **Schrittmacher** des Marketing

Wir verstehen uns als Innovatoren des Marketing. Wir greifen aktuelle Trends im Marketing auf und analysieren diese hinsichtlich ihrer Auswirkung.

### 2. Wir leisten und fördern **Wissenstransfer** im Marketing

Wir vermitteln im Marketing tätigen Personen aktuelle Erkenntnisse und Wissen und leisten dadurch einen Beitrag zur Professionalisierung der Marketingtätigkeit. Hierzu orientieren wir uns an Bedürfnissen und Wünschen von im Marketing tätigen Personen und bieten entsprechende Informationen, Produkte und Dienstleistungen zur Unterstützung an.

### 3. Wir fördern den **Dialog und Austausch** im Marketing

Wir bieten eine Dialogplattform für an Marketing interessierte Personen und fördern den professionellen Austausch zwischen diesen. Durch unsere starke regionale Ausbreitung bieten wir einen Marketingaustausch vor Ort.

### 4. Wir schaffen **Bewusstsein** für das Marketing

Wir verschaffen dem Marketing in Unternehmen und Gesellschaft Geltung und leisten einen Beitrag zu dessen Verankerung.

### 5. Wir verschaffen **„Marketing made in Germany“**

internationales Gehör

Wir sind als Deutscher Marketing-Verband die Marke für alle, die Interesse an Marketing haben und sorgen für eine Verbreitung des Marketingbewusstseins in der Gesellschaft.

## was wir leisten

### 1. Wir sind die **Schrittmacher** des Marketing

#### Schrittmacher

##### Angebote

- Deutscher Marketing-Tag als Trendtag des Marketing
- Austausch zwischen Marketingpraxis und Marketingwissenschaft
- Wissenschaftspreis des DMV
- Deutscher Markenkongress als Pulsmesser der Markenführung

### 2. Wir leisten und fördern **Wissenstransfer** im Marketing

#### Wissenstransfer

##### Angebote

- Marketing-Clubs
  - Weiterbildung durch Vorträge und Veranstaltungen vor Ort
- Kongressveranstaltungen
- Seminarangebote des DMV zur Weiterbildung in relevanten Marketingthemen
- Fachzeitschrift absatzwirtschaft als Medium des DMV

### 3. Wir fördern den **Dialog und Austausch** im Marketing

#### Dialog und Austausch

- Marketing-Clubs
  - regionale Dialogplattform
  - institutionalisiertes Beziehungsmanagement
- Bundesweites Networking
- Erfahrungsaustausch der Mitglieder über spezialisierte Internetplattform

### 4. Wir schaffen **Bewusstsein** für das Marketing

#### Bewusstsein

- Deutscher Marketing-Preis
- Marken-Award von absatzwirtschaft und DMV

## Positionierung

### Statement

Durch die Markenpositionierung will der Deutsche Marketing-Verband ein eigenständiges und unverwechselbares Profil gewinnen.

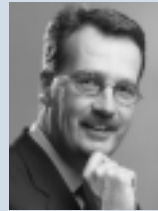
Maßstab für die erfolgreiche Umsetzung ist dabei die subjektive Wahrnehmung der Anspruchsgruppen.

Der Deutsche Marketing-Verband ist die erste Adresse für alle Personen, die sich dem Marketing und der marktorientierten Unternehmensführung verschrieben haben und sich fundiert und aktuell mit neuesten Entwicklungen im Marketing auseinandersetzen.

Dazu steht der Deutsche Marketing-Verband mit seinen regional tätigen Marketing-Clubs seinen Mitgliedern kompetent, fortschrittlich und partnerschaftlich zur Seite.

Die offene und menschliche Atmosphäre sowie die Nähe durch die Clubs ermöglichen einen dynamisch-kreativen und sachlich-fundierten Austausch auf hohem Niveau.

### Definition „Marketing“



**Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch**  
Vizepräsident  
Deutscher Marketing-  
Verband



„Als Extrakt aus der Vielzahl der Marketing-Definitionen kann man folgende Kernaussage ziehen:

**Marketing im Sinne einer markt-orientierten Unternehmensführung kennzeichnet die Ausrichtung aller relevanten Unternehmensaktivitäten auf die Wünsche und Bedürfnisse der Anspruchsgruppen.“**

Marketing erfasst alle Branchen und schließt auch nicht-kommerzielle Organisationen ein. Niemand kann es sich heute leisten, auf professionelles Marketing zu verzichten. Marketing verändert sich mit der Dynamik der Märkte. Aktuelles Wissen ist deshalb die Voraussetzung für erfolgreiches Business.

## Deutscher Marketing-Verband – Treffpunkt der Marketing-Community

Der Deutsche Marketing-Verband ist der Berufsverband des Marketing-Management in Deutschland. Als Dachorganisation der über 60 regionalen Marketing-Clubs vertritt er die Interessen von mehr als 12.000 Mitgliedern. Die Marketing-Clubs sind die Marketing-Zentren vor Ort. Sie bieten ein Programm hochkarätiger Vortragsveranstaltungen mit der Möglichkeit zur Diskussion. Sie verstehen sich als Foren des Erfahrungsaustauschs und des Kontakts der Marketing-Führungskräfte in der Region. Die Organisation bildet in ihrer Gesamtheit ein Netzwerk der Marketing-Kompetenz in Deutschland.

-  Marketing-Clubs
-  Club-Gründungsprojekte

