

Marketing mit Gefühl

Göttinger Club stellt sich auf neue Zeiten ein

Göttingen (soz). Sie wollen neue Wege im Marketing gehen – in einer emotionslosen Zeit. „Wir sind im Umbruch“, sagt Gerhard Sauer, Präsident des Marketing-Clubs Göttingen. Gemeinsam mit Geschäftsführer Hans-Georg Niemeyer und den Vorständen Bernd Krawczak (Finanzen), Georg Richarz (Public Relations), Oskar Sauter (Programm), Prof. Waldemar Toporowski (Wissenschaftstransfer), Raili Gauger (Neue Medien) und Maren Sauer (Leitung Geschäftsstelle) will sich Sauer den neuen Gegebenheiten stellen. Danach suchen sie auch

die Referenten für ihre öffentlichen Vortragsabende aus. Querdenker wie Prof. Gerald Hüther seien gefragt. Für den Vortrag des Neurobiologen „Nette Menschen fallen nicht vom Himmel“ sei die Anmeldungsanzahl enorm gewesen. Auch das für Oktober geplante Thema „Power Dressing“ (11. Oktober) sei mit Emotionen besetzt. Die Arbeit im Club „ist eine „Investition in uns selbst“, erklärt Sauer den Aufwand, den er seit 30 Jahren, aber auch seine Vorstandskollegen für den Club betreiben. Neben den öffentlichen Vorträgen gibt es „Unter uns“-



Marketing-Experten: Bernd Krawczak, Gerhard Sauer, Georg Richarz, Maren Sauer und Prof. Waldemar Toporowski (v. l.). PH

Treffen, bei denen sich die Mitglieder in den Betrieben besuchen, „sich austauschen und inspirieren“. 90 Mitglieder zählt

der Göttinger Club und gehört damit zum Mittelfeld der 82 deutschen Clubs (14 000 Mitglieder). marketingclub-goe.de