

absatzwirtschaft

Zeitschrift für Marketing



► **Interview:**

Top-Klinik Charité wirbt um Geld, Partner und Köpfe

► **Markenstrategie:**

Alles super? Trennung von BP rettet Aral

► **Wirtschaftsmedien:**

Manager-Nachwuchs reizt multimedialer Stoff

Neue Hürden für Pharma-Marketer

„Market Access“: Kein Marktzugang für Arznei-Innovationen ohne Nutzwert





Braunschweiger Junioren auf Kurs: Henning Madea und Kerry Wagner auf der Yacht „I Due Astri“

Erste Summer School der Junioren in Flensburg

Marketing hart am Wind

Bei herrlichem Sommerwetter trafen sich Young Professionals aus ganz Deutschland zu einem besonderen Segel- und Workshop-Event an der Ostsee. Vom 30. Juni bis zum 4. Juli fand durch die Initiative der Junioren aus dem Marketing-Club Schleswig-Holstein die erste Summer School of Marketing statt.

Wind und Wasser prägten die erste Veranstaltung dieser Art. Zuerst segelten die Junioren von Flensburg in die Dänische Südsee, anschließend folgten die Workshops in der Akademie Sankelmark. Der Entwässerungsspezialist ACO aus Büdelsdorf stellte das Thema „Employer Branding“, bei dem Johannes Ahlmann, als Mitglied der Geschäftsleitung Pate stand. Queisser Pharma, vertreten durch Marcus Ebsen, Leiter Trade Marketing forderte die Junioren mit der Markteinführung im „Social Web“ heraus. Die größte Kunstausstellung Nordeuropas, die Nord Art rundete das Programm ab.



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



Einige Teilnehmer bei Besuch der Nord Art in Büdelsdorf, von rechts Thomas Szabo, Nationaler Juniorensprecher, Thomas Knigge, Organisator der Summer School und Johannes Ahlmann, ACO Gruppe.



Vorstellung der Projektergebnisse für ein neues Produkt der Marke Doppelherz durch Thorsten Doil