



## Presse-Information

### **Marketing-Club Schwarzwald-Baar – Neujahrsempfang im Deutschen Harmonika-Museum**

**Trossingen, 31. Januar 2012. Prof. Alexander Doderer, Präsident des Marketing-Clubs Schwarzwald-Baar, begrüßte in der Sonderausstellung „20 Jahre Deutsches Harmonikamuseum“ in Trossingen, rund 30 Mitglieder und Gäste des Marketing-Club Schwarzwald-Baar zum Neujahrsempfang. Beginnend mit besten Wünschen für ein erfolgreiches Jahr 2012 stimmte Doderer auf den spannenden Abend rund um Harmonikas ein und erläuterte, wie sie über die Jahre stets sehr interessant und aufwendig vermarktet wurden. Anschließend übergab er an den Museumsleiter Herrn Martin Häffner, der die Gäste auf eine sehr spannende Reise durch die Geschichte der Harmonikas mitnahm.**

„Wir befinden uns an einem mystischen Ort“, so startete Prof. Doderer seine Begrüßungsworte für die zahlreichen Teilnehmer des Neujahrsempfangs des Marketing-Club Schwarzwald-Baar im Deutschen Harmonika Museum in Trossingen. „Denn wir befinden uns in einer Stadt, die wie kaum eine Andere von einer Firma bzw. einer Marke geprägt wurde. Hier war nicht die Kirche oder das Rathaus der Mittelpunkt der Stadtentwicklung, sondern die Firma Hohner.“ Wie Herr Häffner anmerkte, gab es jahrelang sogar eine telefonische Standleitung vom Hohner Verwaltungsgebäude direkt ins Rathaus.

Hohner wurde so und ist bis heute eine der größten Marken der Region wenn nicht sogar bundesweit und ein Sinnbild für das Qualitätsmerkmal „Made in Germany“, wie der Präsident noch ergänzte. In diesem Zusammenhang ging er auch kurz auf die aktuelle Diskussion rund um das Qualitätssiegel ein. „Es dürfe definitiv nicht akzeptiert werden, dass uns „Made in Germany“ von EU-Bürokraten weggenommen wird – da es einfach für die besondere Qualität und die großen Innovationen in Deutschland steht.“

Bevor Prof. Doderer schließlich an Martin Häffner übergab, wies er noch auf die nächsten Programmpunkte des Marketing-Club im ersten Halbjahr 2012 hin und erläuterte den bis 31. März befristeten und besonders günstigen Club-Mitgliedsbeitrag für 2012.

#### **Vom „Ramschartikel“ zum hochwertigen Musikinstrument**

War die Mundharmonika bzw. Harmonika zu Beginn seiner Entwicklung ein eher belächeltes „Instrument“ mit einem sehr negativen Image, das teilweise als „lästiges Unheil“ oder „gräuliche Ohrenplage“ beschrieben wurde, investierte gerade Hohner sehr viel,



## **Presse-Information**

um dieses Image zu wandeln, z.B.: Gründung und Förderung der Staatlichen Hochschule für Musik Trossingen oder das firmeneigene Harmonika Orchester das über viele Jahre weltweit aufgetreten ist. Aber natürlich genügt dies alleine nicht, um den Verkaufserfolg von Harmonikas in der ganzen Welt zu erklären, der in den 70er Jahren seinen Höhepunkt erreicht hatte, mit einem Export aus Deutschland von ca. 50 Millionen Stück pro Jahr (etwa 25 Millionen aus Trossingen und etwa 25 Millionen aus Klingenthal). Sondern vor allem das sehr kreative Marketing der verschiedenen Firmen trug stark zum weltweiten Erfolg des Produktes „Harmonika“ bei.

### **Marketingaktivitäten stets am Puls der Zeit**

Dieses intensive Marketing zeigt sich eindrucksvoll an den sehr vielfältigen Ausstellungsstücken. Dafür griffen die verschiedenen Firmen vor allem aktuelle Ereignisse oder berühmte Persönlichkeiten auf, z.B. mit einer Mundharmonika in Baseballform, die mit dem Spruch „Babe`s Musical Babe“ vermarktet wurde. Eine Hommage an den damals wohl besten und berühmtesten Baseballspieler der Welt, dem deutschstämmigen George Hermann, genannt „Babe Ruth“. Oder die erste komplett aus Plastik erstellte Mundharmonika, nur für den amerikanischen Markt, in Form eines Maiskolbens, genannt „Cornymonica“.

Um die Mundharmonikas damals außerdem möglichst gut sichtbar für den Kunden in den Geschäften präsentieren zu können, wurde extra das sich drehende Pyramiden-Display geschaffen. Eine Präsentationsweise die bis heute für verschiedenste Produkte fast in jedem Geschäft zu finden ist. Wer also an vielfältigen, sehr kreativen und sicherlich durchaus kostenintensiven Marketingbeispielen Interesse hat, sollte sich die Zeit nehmen und mal im Museum vorbei schauen.

Den Neujahrsempfang rundete ein gemütliches Essen im Bella Casa ab, in dem viele interessante Gespräche über das im Museum Gesehene geführt wurden, aber natürlich auch allgemein über das Jahr 2011 sowie die nähere Zukunft in 2012.

### **Spannende Veranstaltung für Marketing-Interessierte**

Auch in diesem Jahr hat der Marketing-Club Schwarzwald-Baar wieder spannende und interessante Programmpunkte für seine Mitglieder und Gäste zu bieten. Am 13. Februar erwartet die Teilnehmer ein Vortrag zu „Guerilla-Marketing“, am 12. März stehen „Neue Medien im Marketing“ im Mittelpunkt. Das Thema „Außenwerbung“ wird am 16. April beleuchtet, am 14. Mai ist der Marketing-Club zu Gast bei „Wohn Schick – Möbel und mehr“. Den Abschluss des Halbjahresprogrammes bildet das Club-Sommerfest am 18. Juni. Näheres zum Programm kann unter [www.mc-sb.de](http://www.mc-sb.de) nachgelesen werden.



## Presse-Information

### Mitgliedschaft im Marketing-Club bis zum Jahr 2012

Einen einmaligen Vorteil zum Club-Beitritt bietet der Marketing-Club Schwarzwald-Baar Interessenten bis zum 31. März 2012. Wer bis 31. März 2012 Mitglied wird, zahlt anstatt der regulären 280,- Euro Jahresbeitrag nur 230,- Euro für das Jahr 2012. Für studentische Mitglieder sind für das Jahr 2012 anstatt 99,- Euro nur 89,- Euro zu entrichten.

Anmeldungen und weitere Infos zu allen Veranstaltungen gibt es bei Carolin Doderer im Club-Sekretariat unter [info@mc-sb.de](mailto:info@mc-sb.de) oder per Telefon 0 77 21/50 23 27.

## Pressefoto – Bildunterschrift

### Bild 1:

**Martin Häffner, Museumsleiter, voll in seinem Element, beim Erklären der Geschichte der Harmonikas**

### Bild 2:

**Die Gäste des Neujahrsempfangs lauschen zu Beginn der Führung dem „Magic organ electric“, einem automatischen Harmonika-Instrument plus Schlagzeug**

Bilder frei zur Veröffentlichung

Fotos: Michael Bode

Abdruck frei, Belegexemplar erbeten.

### Über den Marketing-Club Schwarzwald-Baar ([www.mc-sb.de](http://www.mc-sb.de)):

Der Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V. wurde im September 2006 als einer von ca. 65 Clubs des Deutschen Marketing-Verbandes gegründet und hat heute rund 90 Mitglieder verschiedenster Branchen. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes versammeln sich weit mehr als 13.000 Mitglieder. Damit stellt der Deutsche Marketing-Verband nicht nur die größte deutsche Marketingorganisation, sondern auch die älteste, denn der Verband existiert seit 1956.

Marketing-Clubs stehen für regelmäßige Begegnung mit Frauen und Männern, die professionell mit Marketing zu tun haben, und das in der Regel auch in leitender Position. Marketing-Clubs stehen aber auch für Information, Meinungsaustausch und Diskussion zu verschiedensten Management- und Marketing-Themen. Dabei finden die monatlichen Veranstaltungen an unterschiedlichsten Orten in der Region und in unterschied-



## Presse-Information

lichsten Formen statt. Von der Podiumsdiskussion bis zur Betriebsbesichtigung mit anschließender Vorstellung der jeweiligen Marketing-Philosophie gibt es alles. So gesehen ist der Marketing-Club Schwarzwald-Baar nicht nur die zentrale, branchenbezogene Begegnungsplattform für die Region, sondern verbindet vielmehr die Region aktiv mit den Marketing-Ballungsräumen wie z. B. München, Düsseldorf, Frankfurt, Berlin oder Hamburg. Selbstverständlich gibt es im Marketing-Club Schwarzwald-Baar auch Mitglieder, die nicht direkt im Marketing tätig sind, wohl aber dessen Bedeutung für ein erfolgreiches Geschäft überhaupt kennen: Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertriebsleute, Personalleiter, Banker, Einzelhändler, Handwerker usw.

### Kontakt:

Carolin Doderer  
Geschäftsstellenleiterin  
Marketing-Club Schwarzwald-Baar  
Robert-Bosch-Straße 9  
D - 78048 VS-Villingen  
Tel: +49 (0) 7721-50 23 27  
Fax: +49 (0) 7721-84 21 33  
[info@mc-sb.de](mailto:info@mc-sb.de)  
[www.mc-sb.de](http://www.mc-sb.de)

Antje Häcker  
Vorstand PR und Öffentlichkeitsarbeit  
Marketing-Club Schwarzwald-Baar  
Robert-Bosch-Straße 9  
D - 78048 VS-Villingen  
Tel: +49 (0) 7721-50 23 27  
Fax: +49 (0) 7721-84 21 33  
[info@mc-sb.de](mailto:info@mc-sb.de)  
[www.mc-sb.de](http://www.mc-sb.de)