



MARKETING CLUB REGION STUTTGART-HEILBRONN

Satzung des Marketing Club Region Stuttgart-Heilbronn e.V.

§ 1 Name, Sitz, Geschäftsjahr und Verbandsmitgliedschaft

- (1) Der Verein führt den Namen "Marketing Club Region Stuttgart-Heilbronn e.V.". Er ist als rechtsfähiger Verein im Sinne des BGB in das Vereinsregister beim Amtsgericht Stuttgart eingetragen.
- (2) Der Sitz des Vereins ist Stuttgart.
- (3) Das Geschäftsjahr des Vereins ist das Kalenderjahr.
- (4) Der Verein ist als solcher Mitglied im Deutschen Marketing-Verband e.V. Düsseldorf.

§ 2 Zweck des Vereins

- (1) Der Verein ist Berufsverband ohne öffentlich-rechtlichen Charakter im Sinne von § 5 Abs. 1 Nr. 5 KStG. Abschn. 8 KStR. Er nimmt die allgemeinen, aus der beruflichen oder unternehmerischen Tätigkeit erwachsenden ideellen und wirtschaftlichen Interessen der im Marketing-Bereich tätigen Personen wahr.
- (2) Die vom Verein zu wahrenden Interessen als Berufsverband ergeben sich aus der Funktion des Marketings in den Unternehmen. Marketing umfasst alle Unternehmensaktivitäten, die auf den Markt und die Kunden ausgerichtet sind.
- (3) Der Verein ist nicht auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb und nicht auf die Wahrnehmung einzelwirtschaftlicher Geschäftsinteressen seiner Mitglieder gerichtet.
- (4) Die Mittel des Vereins dürfen nur für satzungsmäßige Zwecke verwendet werden.

§ 3 Aufgaben des Vereins

- (1) Der Verein verfolgt seine Aufgabe als Berufsverband, indem er die Verbreitung des modernen Marketing in Öffentlichkeit und Wirtschaft fördert. Gegenüber von Verwaltung und gesetzgebenden Körperschaften tritt der Verein für die Berücksichtigung des Marketing-Denkens und die Wahrung der Interessen seiner Mitglieder als Marketing-Manager ein.
- (2) Der Verein gibt den im Marketing tätigen Personen, insbesondere seinen Mitgliedern, die Möglichkeit zur Weiterbildung im Marketing-Bereich durch Vorträge, Diskussionen, Seminare und ähnliche Veranstaltungen.
- (3) Der Verein fördert die Weiterbildung von Führungsnachwuchskräften im Marketing. Zu diesem Zweck kann ein Juniorenkreis eingerichtet werden.
- (4) Der Verein ermöglicht den Erfahrungsaustausch seiner Mitglieder und die Beratung und Vertretung der im Marketing tätigen Personen in fachlichen Angelegenheiten.
- (5) Der Verein führt in Erfüllung des Vereinszwecks Veranstaltungen durch, die der Funktion und Zielsetzung des modernen Marketing in wirtschaftlicher, wirtschaftspolitischer und sozialer Bedeutung gerecht werden.

- (6) Der Verein sorgt für die Durchführung von Veranstaltungen, die der Werbung neuer Mitglieder und Förderung des Vereins- und Verbandslebens dienen, in einem dem Berufsstand entsprechenden Rahmen.

§ 4 Mitgliedschaft

- (1) Die Mitglieder des Vereins können natürliche Personen (persönliche Mitgliedschaften), Firmen und Institutionen (Firmenmitgliedschaften) sein. Persönliches Mitglied kann werden, wer führend, leitend oder lehrend im Bereich Marketing tätig ist oder eine marktorientierte Führungsaufgabe wahrnimmt. Firmenmitgliedschaften können markt- und kundenorientierte Unternehmen und Institutionen erwerben, die sich der Weiterentwicklung des Marketing in besonderem Maße verpflichtet fühlen.
- (2) Bewerberinnen und Bewerber, die den Anforderungen des Abs. 1 noch nicht entsprechen, können die Junior Marketing Professional-Mitgliedschaft (JuMP-Mitgliedschaft) erwerben, wenn sie a) das 34. Lebensjahr noch nicht vollendet haben und b) eine mindestens einjährige praktische Tätigkeit als Führungsnachwuchskraft im Marketing oder wirtschaftswissenschaftliche Tätigkeit in Assistentenfunktion nachweisen. Der Status als JuMP-Mitglied endet, wenn die Voraussetzungen nach § 4, Abs. 1 erfüllt sind, spätestens jedoch mit Vollendung des 34. Lebensjahres zum Ende des jeweiligen Kalenderjahres. JuMP-Mitglieder sind gehalten, einen Antrag auf Mitgliedschaft nach § 4 Abs. 1 zu stellen, wenn die Voraussetzungen dafür vorliegen. Der Vorstand entscheidet über diesen Antrag. Er kann ein JuMP-Mitglied auffordern, einen entsprechenden Antrag zu stellen.
- (3) Studentinnen und Studenten der Wirtschaftswissenschaften können Clubmitglieder werden. Die studentische Mitgliedschaft endet mit Abschluss des genannten Studiums, spätestens mit Vollendung des 27. Lebensjahres zum Ende des jeweiligen Kalenderjahres, wenn nicht die Voraussetzungen von Abs. 1 oder Abs. 2 erfüllt werden. Der Anteil der studentischen Mitgliedschaften darf 5 % der Gesamtmithliedschaft des Clubs nicht überschreiten.
- (4) Persönliche Mitglieder, die das 65. Lebensjahr vollendet haben und nicht mehr im aktiven Berufsleben stehen, können eine Senioren-Mitgliedschaft beantragen.
- (5) Unternehmen und Institutionen können im Rahmen einer Firmenmitgliedschaft namentlich zu benennende Mitarbeiter entsenden, die den Kriterien von Abs. 1 und Abs. 2 entsprechen. Über die Anzahl der im Rahmen von Firmenmitgliedschaften zu benennenden Personen entscheidet der Clubvorstand. Die Firmenmitgliedschaft gewährt eine Stimme in der Mitgliederversammlung.
- (6) Die Mitgliedschaft wird durch Aufnahme erworben.
Über Anträge und Aufnahme entscheidet der Vorstand.

§ 5 Rechte und Pflichten der Mitglieder

- (1) Alle Mitglieder des Vereins haben die gleichen Rechte und Pflichten. Die Mitglieder sind verpflichtet, die Bestimmungen der Satzung und die Beschlüsse der Mitgliederversammlung einzuhalten. Sie sind gehalten, den Vorstand bei der Erfüllung seiner Aufgaben zu unterstützen. Die Mitglieder sind berechtigt, die Einrichtungen und Leistungen des Vereins in Anspruch zu nehmen, insbesondere Rat und Unterstützung in allen beruflichen Fragen des Marketings.
- (2) Die Mitglieder sind verpflichtet, eine Aufnahmegebühr und jährlich Mitgliedsbeitrag zu zahlen. Die Aufnahmegebühr und der Mitgliedsbeitrag sind spätestens einen Monat nach Rechnungsstellung zur Zahlung fällig. Die Höhe der Aufnahmegebühr wird durch den Vorstand festgesetzt. Bei unterjährigem Eintritt wird der Mitgliedsbeitrag entsprechend den tatsächlichen Monaten der Mitgliedschaft berechnet. Dabei werden angefangene Monate als voller Monat gerechnet.

- (3) Jedes Mitglied kann Anträge zur Mitgliederversammlung stellen. Die Mitglieder können ihr Stimmrecht durch schriftliche Vollmacht auf ein anderes Mitglied übertragen. Das Stimmrecht ruht bei Beschlussfassung über Rechtsgeschäfte oder Streitigkeiten zwischen Mitglied und Verein.
- (4) Der Verein verfolgt kein Gewinnstreben. Etwaige Überschüsse dürfen nur für satzungsgemäße Zwecke verwendet werden. Die neben den Beiträgen erhobenen Gebühren für einzelne Veranstaltungen sind regelmäßig kostendeckend zu bemessen.
- (5) Der Verein darf niemanden durch Ausgaben, die dem Zweck des Vereins fremd sind oder durch unverhältnismäßig hohe Zuwendungen begünstigen.

§ 6 Ende der Mitgliedschaft

- (1) Die Mitgliedschaft endet durch Tod, Austritt oder Ausschluss.
- (2) Der Austritt kann nur mit einer Frist von 3 Monaten zum Ende des Kalenderjahres durch Textform an den Vorstand oder per Email an die Geschäftsstelle erklärt werden.
- (3) Der Ausschluss eines Mitglieds kann vom Vorstand und Beirat mit jeweils Dreiviertelmehrheit beschlossen werden, wenn ein wichtiger Grund vorliegt. Gründe sind insbesondere:
 - a) ein Verhalten, das im ernsthaften Widerspruch zu den Aufgaben und Interessen des Clubs steht oder sein Ansehen gefährdet, insbesondere ein Verstoß gegen § 7 Abs. 2;
 - b) grobe und/oder wiederholte Zuwiderhandlungen gegen die Satzung oder Beschlüsse der Mitgliederversammlung;
 - c) Nichtzahlung der Aufnahmegebühr und des Mitgliedsbeitrags, wenn das Mitglied trotz Mahnung mit der Zahlung länger als 3 Monate nach Fälligkeit gem. § 5 Abs. 2 im Rückstand ist. Der Ausschlussbeschluss ist dem Mitglied durch eingeschriebenen Brief bekanntzugeben. Das Mitglied kann binnen zwei Wochen nach Zugang durch schriftlichen Antrag beim Vorstand Berufung an die Mitgliederversammlung einlegen. Der Vorstand hat in diesem Falle innerhalb von vier Wochen eine Mitgliederversammlung einzuberufen, die über den Ausschluss durch Mehrheitsbeschluss entscheidet. Für den Beginn beider Fristen gilt das Datum des Poststempels.
- (4) Bei Ausscheiden, bei Auflösung oder Aufhebung des Vereins erhalten die Mitglieder nicht mehr als den Wert der von ihnen geleisteten Bar- und Sacheinlagen zurück. Über das restliche Vereinsvermögen wird gem. § 18 verfügt.

§ 7 Organe des Vereins

- (1) Die Organe des Vereins sind:
 - a) die Mitgliederversammlung,
 - b) der Vorstand,
 - c) der Beirat.
 - d) das Kuratorium
- (2) Die Organe des Vereins sind verpflichtet, über alle ihnen bekanntwerdenden internen Geschäftsvorgänge der Mitglieder sowie von Firmen, denen Vereinsmitglieder angehören, strengste Verschwiegenheit zu bewahren.
- (3) Die Organe sind ehrenamtlich tätig.

§ 8 Mitgliederversammlung

- (1) Mindestens einmal innerhalb von zwei Jahren ist eine ordentliche Mitgliederversammlung einzuberufen.
- (2) Außerordentliche Mitgliederversammlungen sind einzuberufen, sofern dies im Interesse des Vereins notwendig ist, ferner, wenn eine Mehrheit von drei Viertel des Vorstandes, die Mehrheit des Beirats oder ein Fünftel der Mitglieder unter Angabe der Tagesordnung die Einberufung einer Mitgliederversammlung fordert.
- (3) Die Einberufung erfolgt durch den Vorstand. Die Mitglieder sind schriftlich unter Angabe der Tagesordnung mit einer Frist von mindestens zwei Wochen zu der

Versammlung einzuladen. Es gilt das Datum des Poststempels. Jede satzungsmäßig einberufene Mitgliederversammlung ist beschlussfähig. Über den Verlauf und die Ergebnisse der Mitgliederversammlung ist eine Niederschrift anzufertigen, die vom Präsidenten des Vereins und einem weiteren Vorstandsmitglied zu unterzeichnen ist.

§ 9 Aufgaben der Mitgliederversammlung

- (1) Die Mitgliederversammlung beschließt über die im Gesetz oder in dieser Satzung ihr zugeteilten Gegenstände mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Satzungsändernde Beschlüsse bedürfen einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen.
- (2) Die Mitgliederversammlung ist insbesondere zuständig für folgende Angelegenheiten:
 - a) Wahl des Beirats.
 - b) Entgegennahme des Geschäftsberichts und der Jahresrechnung.
 - c) Entlastung des Vorstands und des Beirats.
 - d) Festsetzung des Haushaltsplans für das laufende Geschäftsjahr.
 - e) Festsetzung des Mitgliedsbeitrags.
 - f) Entscheidung über die Berufung eines Mitglieds gegen seinen Ausschluss.
 - g) Änderung der Satzung.
 - h) Auflösung des Vereins (§18).

§ 10 Vorstand

- (1) Der Vorstand besteht aus dem Präsidenten und mindestens 3 Vizepräsidenten. Rechtsverbindliche Erklärungen sind von mindestens zwei Vorstandsmitgliedern abzugeben.
- (2) Der Vorstand entscheidet in allen Angelegenheiten, die nicht der Beschlussfassung der Mitgliederversammlung und des Beirats unterliegen. Er leitet die gesamte Tätigkeit des Vereins.
- (3) Die Amtszeit des Vorstandes beträgt zwei Jahre. Seine Wiederwahl ist zulässig. Scheiden Vorstandsmitglieder vorzeitig aus, so kann der Beirat für den Rest der Amtsdauer den Vorstand ergänzen.
- (4) (5) Der Vorstand fasst seine Beschlüsse mit Stimmenmehrheit der anwesenden Vorstandsmitglieder.

§ 11 Beirat

- (1) Der Beirat besteht aus mindestens 15 und höchstens 30 Mitgliedern. Er wird durch die ordentliche Mitgliederversammlung gewählt. Gewählt sind die Kandidaten in der Reihenfolge der höchsten Stimmenanzahl.
- (2) Die Amtszeit des Beirats beträgt zwei Jahre. Seine Wiederwahl ist zulässig. Während der Amtszeit ausgeschiedene Beiräte werden nicht ersetzt.
- (3) Der Beirat wählt aus seinen Reihen innerhalb von einem Monat den Vorstand. Er hat ferner den Vorstand bei seiner Tätigkeit zu unterstützen. Der Beirat fasst seine Beschlüsse mit Stimmenmehrheit der anwesenden Beiratsmitglieder.
- (4) Der Beirat soll mindestens halbjährlich vom Vorstand zu dessen Sitzungen einberufen werden, im übrigen so oft es im Interesse des Vereins notwendig ist, ferner, wenn eine Mehrheit von mindestens ein Drittel der Beiratsmitglieder unter Angabe der Tagesordnung die Einberufung einer Sitzung fordert.

§ 12 Kuratorium

- (1) Der Verein hat neben dem Vorstand und dem Beirat ein Kuratorium. Die Anzahl der Mitglieder sollte 12 nicht übersteigen. Die Mitglieder des Kuratoriums werden vom

Vorstand vorgeschlagen und berufen. Der Beirat ist berechtigt, dem Vorstand Vorschläge zu unterbreiten.

- (2) Die Amtszeit der Mitglieder beginnt mit der Berufung in das Kuratorium und endet jeweils zur nächsten Mitgliederversammlung. Eine erneute Berufung ist zulässig.
- (3) Der Vorstand ernennt den Vorsitzenden und einen stellvertretenden Vorsitzenden.

§ 13 Ziele des Kuratoriums

Ziele des Kuratoriums sind:

- (1) Dem Marketing als marktorientierte Unternehmensführung die notwendige Relevanz in Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft zu verleihen
- (2) Marketing als wichtigen Treiber für den Unternehmenserfolg zu verankern.
- (3) Den Marketing Club Region Stuttgart-Heilbronn e.V. als entscheidende Plattform für alle das Marketing betreffenden Aspekte zu profilieren

§ 14 Aufgaben des Kuratoriums

Das Kuratorium hat folgende Aufgaben:

- (1) Beratung des Vorstands des Clubs über strategische und grundsätzliche Angelegenheiten ; insbesondere die Realisierung neuer Ideen, das Verfolgen zukünftiger Trends sowie die Unterstützung bei neuen Initiativen und Formaten.
- (2) Ansprache und Gewinnung von Premium-Kontakten für den Club. Botschafter, Türöffner und Unterstützer des Clubs. Aufbau und Pflege von exzellenten Netzwerken im Bereich des Marketing.
- (3) Unterstützung des Präsidenten/der Präsidentin in der Repräsentation nach außen.

§ 15 Sitzungen und Beschlussfassungen des Kuratoriums

- (1) Das Kuratorium soll regelmäßig, mindestens einmal im Jahr, zu einer Sitzung zusammentreten.
- (2) Die Sitzungen des Kuratoriums werden vom Vorsitzenden des Kuratoriums, im Falle seiner Abwesenheit im Auftrag seines Stellvertreters einberufen. Die Einberufung hat schriftlich, mindestens zwei Wochen vor dem Sitzungstermin, unter Übersendung der Tagesordnung zu erfolgen.
- (3) Empfehlungen des Kuratoriums sind in einem vom Vorsitzenden des Kuratoriums und im Falle seiner Abwesenheit von seinem Stellvertreter zu unterzeichnenden Protokoll aufzunehmen, das dem Vorstand des Clubs weitergeleitet wird.

§ 16 Junior Marketing Professional-Kreis (JuMP-Kreis))

- (1) Ein JuMP-Kreis kann als Ausschuss des Vereins für alle gemäß § 4 Abs. 2 und 3 der Satzung geführten Mitglieder gebildet werden.
- (2) Die Leitung des JuMP-Kreises obliegt dem JuMP-Ausschuss. Diesem gehören an der Sprecher des JuMP-Kreises und mindestens zwei Stellvertreter, die von den Mitgliedern des JuMP-Kreises gewählt werden.
- (3) Der JuMP-Ausschuss ist für die Veranstaltungen des JuMP-Kreises verantwortlich, die auf die Weiterbildung der Nachwuchskräfte im Marketing ausgerichtet sind.
- (4) Der Sprecher des JuMP-Kreises kann der Mitgliederversammlung zur Wahl in den Beirat des Marketing Clubs vorgeschlagen werden.
- (5) Die Aufnahme von JuMP-Mitgliedern in den Marketing Club erfolgt durch den Vorstand. Der JuMP-Ausschuss kann Bewerber zur Aufnahme empfehlen.

§ 17 Datenschutz/ Persönlichkeitsrechte

- (1) Der Marketing Club erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten seiner Mitglieder (Einzelangaben über persönliche und sachliche Verhältnisse) unter Einsatz

von Datenverarbeitungsanlagen (EDV) zur Erfüllung der gemäß dieser Satzung zulässigen Zwecke und Aufgaben, beispielsweise im Rahmen der Mitgliederversammlung.

Hier handelt es sich insbesondere um folgende Mitgliederdaten:

- Name, Anschrift, Telefonnummer (privat und/oder geschäftlich) Titel, Funktion
- Bankverbindung [falls Lastschrifteneinzug in der Satzung vorgesehen],
- E-Mail-Adressen, (privat und/oder geschäftlich)
- Geburtsdatum
- Funktion im Marketing Club und DMV.

- (2) Als Mitglied im DEUTSCHEN MARKETING VERBAND e.V. (nachfolgend DMV), Sternstr. 58, 40479 Düsseldorf ist der Marketing Club ermächtigt, bestimmte personenbezogene Daten dorthin zu melden. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Internetplattform „DMV-Community“ und DMV-CMS, in der die Mitglieder der verschiedenen regionalen Marketing Clubs vernetzt werden sollen. Übermittelt werden an den DMV z. B. Name und Alter des Mitglieds, Name der Vorstandsmitglieder mit Funktion, Anschrift, Telefonnummern, Faxnummern, E-Mail-Adressen.
- (3) Im Zusammenhang mit seinen Aufgaben bzw. seinem Verbandszweck veröffentlicht der Marketing Club personenbezogene Daten und Fotos seiner Mitglieder in seiner Verbandszeitung, seinem Mitgliederverzeichnis sowie auf seiner Homepage und übermittelt Daten und Fotos zur Veröffentlichung an Print- und Telemedien sowie elektronische Medien.

Ein Mitglied kann jederzeit gegenüber dem Vorstand der Veröffentlichung von Einzelfotos seiner Person widersprechen. Ab Zugang des Widerspruchs unterbleibt die Veröffentlichung/Übermittlung und der Verband entfernt vorhandene Fotos von seiner Homepage.

- (4) Jedes Mitglied hat im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes (insbesondere §§ 34 und 35 BDSG) das Recht auf Auskunft über die zu seiner Person gespeicherten Daten, deren Empfänger und den Zweck der Speicherung sowie auf Berichtigung, Löschung oder Sperrung seiner Daten.
- (5) Durch ihre Mitgliedschaft und die damit verbundene Anerkennung dieser Satzung stimmen die Mitglieder der Erhebung, Verarbeitung (Speicherung, Veränderung, Übermittlung) und Nutzung ihrer personenbezogenen Daten in dem vorgenannten Ausmaß und Umfang zu. Eine anderweitige, über die Erfüllung seiner satzungsgemäßen Aufgaben und Zwecke hinausgehende Datenverarbeitung oder Nutzung (z. B. zu Werbezwecken) ist dem Marketing Club nur erlaubt, sofern er aus gesetzlichen Gründen hierzu verpflichtet ist oder das Mitglied eingewilligt hat, ein Datenverkauf ist nicht statthaft.

§ 18 Auflösung, Aufhebung, Wegfall des Vereinszwecks

- (1) Die Auflösung des Vereins kann nur in einer zu diesem alleinigen Zweck einberufenen Mitgliederversammlung mit einer Mehrheit von drei Viertel der abgegebenen Stimmen beschlossen werden. Die Mitgliederversammlung ist beschlussfähig, wenn mindestens drei Viertel der Mitglieder des Vereins anwesend sind. Ist hiernach die Mitgliederversammlung nicht beschlussfähig, so ist unverzüglich innerhalb einer Frist des § 8 Abs. 3 eine neue Mitgliederversammlung mit derselben Tagesordnung einzuberufen, die in jedem Fall beschlussfähig ist.
- (2) Bei Auflösung oder Aufhebung des Vereins oder bei Wegfall seines bisherigen Zwecks fällt das Vereinsvermögen unter Berücksichtigung der Regelung des § 6 Abs. 4 an den Deutschen Marketing-Verband e.V. Düsseldorf, der es für die bisherigen Vereinszwecke oder durch eine ihrer Mitglieder marketingspezifisch verwenden kann. Insbesondere soll durch den Einsatz des Vermögens die Neugründung eines Vereins mit gleicher Zielsetzung (§ 2) gefördert werden.
- (3) Ist die Vermögensverwendung im Sinne des vorherigen Absatzes nicht möglich, fällt das Vereinsvermögen an die Stadt Stuttgart.

Stuttgart, den 13.März 2017

Marketing Club Region Stuttgart-Heilbronn e.V.