



Kooperation der führenden Marketing-Spezialisten: Bundesverband Marketing Clubs und MTP beschließen enge Zusammenarbeit

03.06.2024

Die 60 Marketing Clubs des Bundesverband Marketing Clubs e.V. (BVMC) gewinnen einen neuen Kooperationspartner. Mit dem deutschlandweiten Netzwerk Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. (MTP) wurde eine Rahmenvereinbarung zur engen Zusammenarbeit beschlossen.

Von der Kooperation werden sowohl die regionalen Clubs des BVMC mit ihren 12.000 Mitglieder als auch die rund 3.600 Mitglieder des MTP profitieren. Die Zusammenarbeit umfasst eine gegenseitige Unterstützung und Präsenz bei Veranstaltungen bis hin zu gemeinsamen Mitgliederkampagnen. Angedacht sind etwa deutliche Vergünstigungen bei Doppelmitgliedschaften und bei Fachveranstaltungen. Außerdem ist ein regelmäßiger inhaltlicher Austausch beider Organisationen geplant. Im MTP gilt die Kooperation sowohl für die 18 regionalen studentischen Standorte als auch die 17 Local Alumni Clubs. Die genaue Ausgestaltung der Kooperation von Seiten des BVMC obliegt den einzelnen Marketing Clubs. Beide Partner sind sich einig, dass sich beide Netzwerke nahezu ideal ergänzen und gegenseitig befruchten.

Michelle Sellerie, 1. Nationale Vorsitzende des MTP e.V.: „Mit den Mitgliedern der Marketing Clubs bekommen wir eine große Zahl professioneller Partner dazu. Ganz im Sinne unseres Vereins, die Theorie der Ausbildung mit der Praxis der Berufstätigen zu verbinden. Es ist für unsere Mitglieder eine große Chance, ihre Karriere in einem größeren Netzwerk weiterzuentwickeln.“

Claudio Montanini, Präsident des Bundesverband Marketing Clubs e.V.: „Unsere Marketing Clubs gewinnen mit der Kooperation ein großes Potenzial an neuen jungen Mitgliedern der Generation Z, die wir bisher nur schwer erreichen konnten. Gleichzeitig helfen die Alumni des MTP, die jungen Mitglieder in den regionalen Marketing Clubs zu integrieren. Die Schnittmenge zu MTP war schon immer hoch, nun wollen wir sie konsequent nutzen und mit Leben füllen.“