



Neuer Präsident des Deutschen Marketing-Verbandes: Bernd M. Michael



Mr. Marketing legt beim DMV los

Nach seinem Ausscheiden aus der Leitung der Agenturgruppe Grey hat niemand ernsthaft erwartet, dass Bernd M. Michael aufs Altenteil wechseln würde. Zu groß sind Tatendrang und Begeisterung für Marketing, Marken und Werbung, zu deren profiliertesten Vertretern Michael zählt. Jetzt wirft er sich als neuer Präsident für den Deutschen Marketing-Verband (DMV) ins Zeug. Sein Credo: „Intelligentes Marketing erhöht die Wertschöpfung der Unternehmen.“

Kaum gewählt, schlägt Michael erste Pflöcke ein. Die Jury des Deutschen Marketing-Preises verstärkte er mit namhaften Vertretern des Marketing: Dr. Henning Krecke (Douglas), Dr. Tonio Kröger (DDB), Dr. Florian Langenscheidt, Karl Georg Musiol (Musiol Munzinger Sasserath), Christiane zu Salm (Burda), Philipp Schindler (Google) und Prof. Dr. Franziska Völckner (Universität zu Köln). Auch im Verbandspräsidium kann Michael auf bewährte wie neue Köpfe setzen. Unter anderem wurden Lufthansa-Bereichsvorstand Thierry Antinori und Arcors Chief Marketing Officer Dr. Jens Gutsche in das Gremium gewählt.

Michael folgt im Präsidentenamt auf den langjährigen Chef der Deutsche Messe AG, Prof. Dr. Klaus E. Goehrmann, der sich große Verdienste um den Verband erworben hat. Unter seine zwölfjährigen Ägide wuchs der DMV auf nunmehr 65 Marketing-Clubs mit insgesamt über 13 000 Mitgliedern. Kein Wunder, dass Michael mit Schwung loslegt – der Erfolg seines Vorgängers verpflichtet. (ber-)