



§ 1 - Name, Sitz, Geschäftsjahr, Verbandszugehörigkeit

1. Der Verein führt den Namen Marketing Club TechnologieRegion Karlsruhe e.V.
Er ist als rechtsfähiger Verein im Sinne des BGB in das Vereinsregister beim Amtsgericht Karlsruhe Vereinsregister Nr. 239 eingetragen. Im folgenden Marketing-Club genannt.
2. Der Sitz des Marketing-Club ist Karlsruhe, der Verwaltungssitz kann abweichen.
3. Das Geschäftsjahr des Marketing-Clubs ist das Kalenderjahr.
4. Der Marketing-Club ist Mitglied des Deutschen Marketing-Verband e.V., Düsseldorf, DMV.

§ 2 - Zweck des Marketingclubs

1. Der Marketing-Club ist Berufsverband ohne öffentlich-rechtlichen Charakter im Sinne von § 5 Abs.1 Nr. 5 KSTG, Abschn. 16 KSTR. Er nimmt die allgemeinen, aus der beruflichen oder unternehmerischen Tätigkeit erwachsenden ideellen und wirtschaftlichen Interessen der im Marketing tätigen Personen wahr.
2. Die vom Marketing-Club zu wahrenden Interessen als Berufsverband ergeben sich aus der Zielfunktion des Marketings in den Unternehmungen. Die Praxis des Marketings umfasst alle Unternehmensaktivitäten, die zum Absatz nachfragegerechter Güter und Dienstleistungen führen. Marketing dient der Verwirklichung der Unternehmensziele durch die Befriedigung wachsender und sich wandelnder Bedürfnisse der Verbraucher.
3. Der Marketing-Club ist nicht auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb und nicht auf die Wahrnehmung einzelwirtschaftlicher Geschäftsinteressen seiner Mitglieder gerichtet.
4. Die Mittel des Marketing-Clubs dürfen nur für satzungsmäßige Zwecke verwendet werden.

§ 3 - Aufgaben des Marketingclubs

1. Der Marketing-Club verfolgt seine Aufgabe als Berufsverband, indem er die Verbreitung des Marketings in Wirtschaft und Öffentlichkeit fördert. Er tritt gegenüber Gesetzgebung und Verwaltung für die Wahrung der Interessen seiner Mitglieder ein und ermöglicht auf der Erfahrungsgrundlage seiner Mitglieder die Beratung und Interessenvertretung der im Marketing tätigen Personen in fachlichen Angelegenheiten.
2. Der Marketing-Club gibt den im Marketing tätigen Personen, insbesondere seinen Mitgliedern, die Möglichkeit zur Weiterbildung im Marketing durch Vorträge, Diskussionen, Seminare und ähnliche Veranstaltungen.
3. Der Marketing-Club betreibt die Fortbildung der Nachwuchskräfte des Marketings. Er kann zu diesem Zweck einen insbesondere der Marketing-Praxis verpflichteten Juniorenkreis unterhalten.
4. Der Marketing-Club führt in Erfüllung seiner Zwecksetzung Veranstaltungen durch, die der Funktion und Zielsetzung modernen Marketings in sozialer, staatspolitischer und wirtschaftspolitischer Bedeutung gerecht werden.
5. Der Marketing-Club sorgt für die Durchführung von Veranstaltungen, die der Förderung des Club- und Verbandslebens dienen.
6. Der Marketing-Club darf niemanden durch Ausgaben, die dem Zweck des Marketing-Clubs fremd sind oder durch unverhältnismäßig hohe Zuwendungen begünstigen.

§ 4 - Mitgliedschaft

§ 4.1. Persönliche Mitgliedschaft

Mitglied des Marketing-Clubs können natürliche Personen sein.

1. Ordentliches Mitglied
Ordentliches Mitglied kann werden, wer führend, leitend oder lehrend im Bereich des Marketing tätig ist oder eine marktorientierte Führungsaufgabe wahrnimmt. Bei Veränderungen des Mitglieds-Status aufgrund des Alters gemäß § 4.1 Abs. 2-4 oder der beruflichen Tätigkeit kann vom Vorstand erneut darüber beschlossen werden, ob die Voraussetzungen für eine Mitgliedschaft noch gegeben sind und ob die Mitgliedschaft zu kündigen oder in einen anderen Mitgliedsstatus zu überführen ist.
2. JuMP
JuMP-Mitglied kann werden, wer die Anforderungen des § 4.1 Abs. 1 nicht erfüllt, aber
 - a. das 34. Lebensjahr noch nicht vollendet hat und
 - b. eine mindestens einjährige praktische Tätigkeit als Führungsnachwuchskraft im Marketing oder wirtschaftswissenschaftlichen Tätigkeit in Assistentenfunktion nachweist.

Der Status als Junior-Mitglied endet, wenn die Voraussetzungen nach § 4.1 Abs. 1 erfüllt sind, spätestens jedoch mit Vollendung des 34. Lebensjahres zum Ende des jeweiligen Kalenderjahres und wird automatisch eine ordentliche Mitgliedschaft, wenn das Junior-Mitglied nicht gemäß § 6.2 kündigt.

3. Studenten-Mitglied

Studentinnen und Studenten von Hochschulen, Fachhochschulen und vergleichbaren Institutionen, die mit einem akademischen Grad abgeschlossen werden, können Mitglied des Marketing-Clubs werden. Die studentische Mitgliedschaft endet mit Abschluss des Studiums, spätestens mit Vollendung des 27. Lebensjahres zum Ende des jeweiligen Kalenderjahres.

4. Senioren-Mitglied

Mitglieder im Seniorenkreis können nur Aktive des Clubs werden, die die Altersgrenze erreicht haben und nicht mehr voll aktiv am Berufsleben teilnehmen.

5. Ehren-Mitglied

Der Vorstand ist berechtigt, Personen die sich in besonderer Weise und mit nachhaltigem Erfolg für den Club eingesetzt haben, zum Ehren-Mitglied, Ehren-Beirat, Ehren-Vorstand oder zum Ehren-Präsidenten zu berufen. Der Betreffende ist von der Beitragszahlung freigestellt. Über die Ernennung entscheidet der Vorstand mit einfacher Mehrheit.

6. Schnuppermitglied

Bewerberinnen und Bewerber können einmalig für die Dauer von längstens sechs Monaten im Rahmen einer Schnuppermitgliedschaft den Marketing-Club kennen lernen und auch an für Mitglieder exklusiven Veranstaltungen teilnehmen. Schnuppermitglied kann werden, wer die Anforderungen des § 4.1 Abs. 1 erfüllt.

- a. Die Schnuppermitgliedschaft endet ohne dass es einer Kündigung bedarf. Die Schnuppermitgliedschaft kann in eine persönliche Mitgliedschaft nach § 4.1 Abs. 1 umgewandelt werden. Über die Umwandlung entscheidet der Vorstand.
- b. Das Schnuppermitglied ist kein Mitglied im Sinne des § 5. Insbesondere besteht kein Stimmrecht in der Mitgliederversammlung.

§ 4.2 – Unternehmensmitgliedschaften

1. Mitglied des Marketing-Clubs können Firmen und Institutionen sein, wenn deren Tätigkeit im Einklang mit den Interessen des Marketing-Clubs steht. Firmen und Institutionen können im Rahmen einer Unternehmensmitgliedschaft namentlich zu benennende Mitarbeiter entsenden, die den Kriterien von § 4.1 Abs. 1 und 2 entsprechen.
2. Über die Anzahl der Unternehmensmitgliedschaften und die im Rahmen von Unternehmensmitgliedschaften zu benennenden Personen entscheidet der Vorstand. Eine Unternehmensmitgliedschaft hat eine Stimme in der Mitgliederversammlung.

§ 5 – Rechte und Pflichten der Mitglieder

1. 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.
2. Die Mitglieder sind verpflichtet, die ihnen zugänglichen Daten anderer Mitglieder nicht gegen die Vorgaben des Datenschutzgesetzes zu nutzen, insbesondere nicht für werbliche Kommunikation und Akquisition.
3. Die Mitglieder sind berechtigt, die Leistungen des Marketing-Clubs in Anspruch zu nehmen.
4. Jedes Mitglied kann Anträge zur Mitgliederversammlung stellen. Die Mitglieder können ihr Stimmrecht durch schriftliche Vollmacht auf ein anderes Mitglied übertragen. Die Bevollmächtigten sind sodann von der Bindung des § 181 BGB befreit. Das Stimmrecht ruht bei Beschlussfassung über Rechtsgeschäfte oder Streitigkeiten zwischen Mitglied und dem Marketing-Club.
5. Der jährliche Mitgliedsbeitrag sowie auch die Aufnahmegebühr sind 10 Tage nach Rechnungsstellung fällig. Bei unterjährig in den Marketing-Club aufgenommenen Mitgliedern erfolgt die Berechnung des Mitgliedsbeitrages pro rata temporis zum jeweiligen Monatsersten der Aufnahme.
6. Kommt ein Mitglied mit seinen fälligen Zahlungen mehr als einem Monat in Verzug, so werden die gesetzlichen Verzugszinsen in Rechnung gestellt.
7. Die neben den Mitgliedsbeiträgen erhobenen Umlagen und sonstigen Kostenbeiträgen für einzelne Veranstaltungen sind kostendeckend bemessen.

§ 6 - Ende der Mitgliedschaft

1. Die persönliche Mitgliedschaft endet durch Tod, Austritt oder Ausschluss. Bei Wegfall der nach § 4 gegebenen Anforderungen ist der Vorstand berechtigt, die Mitgliedschaft über das Jahresende hinaus nicht zu verlängern. Unternehmensmitgliedschaften enden durch Austritt, Liquidation oder Eröffnung des Insolvenzverfahrens.
2. Der Austritt kann nur mit einer Frist von drei Monaten zum Ende des Geschäftsjahres durch eingeschriebenen Brief an die Geschäftsstelle des Marketing-Clubs erklärt werden.

3. Der Ausschluss eines Mitglieds kann vom Vorstand mit zwei Drittel-Mehrheit beschlossen werden, wenn ein wichtiger Grund vorliegt. Wichtige Gründe sind insbesondere:
 - a. Ein Verhalten, das im ernsthaften Widerspruch zu den Aufgaben und Interessen des Marketing-Clubs steht oder sein Ansehen gefährdet
 - b. Grobe oder wiederholte Zuwiderhandlung gegen die Satzung oder Beschlüssen der Mitgliederversammlung
 - c. Nichtzahlung des Jahresbeitrages, wenn das Mitglied trotz Mahnung mit der Zahlung länger als drei Monate im Rückstand ist
 - d. Missbräuchliche Nutzung des Marketing-Clubs, insbesondere der Mitgliederdaten für werbliche Kommunikation oder Akquisition
4. Der Ausschließungsbeschluss ist dem Mitglied durch eingeschriebenen Brief bekanntzugeben. Das Mitglied kann binnen zwei Wochen nach Zugang durch schriftlichen Antrag beim Vorstand Beschwerde an die Mitgliederversammlung einlegen.

§ 7 - Organe des Marketing-Clubs

1. Die Organe des Marketing-Clubs sind:
 - a. die Mitgliederversammlung
 - b. der Vorstand
 - c. der Beirat.
2. Die Organe sind ehrenamtlich tätig.

§ 8 - Mitgliederversammlung

1. Mindestens einmal pro Jahr ist eine ordentliche Mitgliederversammlung einzuberufen.
2. In dringenden Fällen finden außerordentliche Mitgliederversammlungen statt, wenn zwei Drittel des Vorstandes oder ein Fünftel der Mitglieder die Einberufung unter Angabe der Tagesordnung fordert.
3. Die Einberufung erfolgt durch den Vorstand. Die Mitglieder sind schriftlich per Brief, Telefax oder E-Mail unter Angabe der Tagesordnung mit einer Frist von mindestens zwei Wochen zu der Mitgliederversammlung einzuladen. Jede satzungsgemäß einberufene Mitgliederversammlung ist beschlussfähig. Mit der Einladung zur ordentlichen Mitgliederversammlung sind zu übersenden:
 - a. Erfolgsrechnung für das vergangene Jahr
 - b. Haushaltsplan für das folgende Jahr
 - c. eventuelle Änderungsvorschläge für die Satzung.
4. Abstimmungen mit Ausnahme der Wahlen erfolgen grundsätzlich durch Handheben; wenn ein Zehntel der anwesenden Mitglieder dies verlangt, muss schriftlich und geheim abgestimmt werden.
5. Über die Ergebnisse der Mitgliederversammlung ist ein Protokoll anzufertigen, das vom Präsidenten und einem weiteren Vorstandsmitglied zu unterzeichnen ist. Das Protokoll wird allen Mitgliedern spätestens 14 Tage nach der Mitgliederversammlung per E-Mail zugeschickt.
6. Die Mitgliederversammlung beschließt mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Stimmgleichheit gilt als Ablehnung. Satzungsänderungen bedürfen einer Mehrheit von drei Viertel der abgegebenen Stimmen.
7. Die Mitgliederversammlung ist insbesondere zuständig für folgende Angelegenheiten:
 - a. Wahl des Vorstands und des Beirats
 - b. Entgegennahme des Geschäftsberichts und der Erfolgsrechnung
 - c. Entlastung des Vorstands
 - d. Verabschiedung des Haushaltsplans für das folgende Jahr
 - e. Festsetzung der Mitgliederbeiträge und Aufnahmegebühren
 - f. Entscheidung über die Beschwerde eines Mitglieds gegen seinen Ausschluss
 - g. Änderung der Satzung
 - h. Auflösung des Vereins (§ 12)
8. Für die Wahl des Vorstandes und Beirates ist ein Wahlausschuss zu wählen, bestehend aus einem Wahlleiter und bei Bedarf zwei Helfern.
9. Stimmberechtigt in der Mitgliederversammlung sind alle Mitglieder. Gemäß § 4.1 Abs.1-5 und § 4.2.

§ 9 - Vorstand

1. Mitglied des Vorstandes kann jedes Marketing-Club Mitglied werden, das die Anforderungen des § 4.1 Abs. 1 und 2 erfüllt.
2. Vorstand im Sinne des §26 BGB sind der Präsident, zwei Vizepräsidenten und mindestens ein bis maximal vier Vorstandsmitglieder.

3. Die Vorstandsmitglieder haben folgende Aufgabenbereiche:
 - Geschäftsführung (Vizepräsident)
 - Finanzen (Vizepräsident)
 - Programm
 - Mitgliederbetreuung und –akquisition
 - Öffentlichkeitsarbeit
 - JuMPs*
 - * Der Vorstandsbereich JuMPs wird nicht von der gesamten Mitgliederversammlung gewählt sondern gemäß den Vorgaben des § 11, wenn dieser eingerichtet ist.
3. Kandidaten werden von den Clubmitgliedern zur Wahl vorgeschlagen. Die Wahlvorschläge sind in der Regel mit der Kandidatur an die Geschäftsstelle des Marketing-Clubs, spätestens jedoch vor Versammlungsbeginn an den Versammlungsleiter zu richten.
5. Der Vorstand wird jeweils einzeln durch die Mitgliederversammlung für zwei Jahre, mindestens aber bis zur Durchführung der Neuwahl gewählt. Als gewählt gilt, wer die jeweils meisten der abgegebenen Stimmen der stimmberechtigten Mitglieder der Mitgliederversammlung auf sich vereinigt. Wiederwahlen sind zulässig.
6. Scheidet ein Vorstandsmitglied vorzeitig aus, ausgenommen der Präsident, so haben die verbleibenden Vorstandsmitglieder das Recht, aus dem Kreis des Beirates bis zur nächsten Mitgliederversammlung ein Ersatzvorstandsmitglied zu wählen. Damit scheidet die Person aus dem Beirat aus. Scheidet der Präsident aus, so muss spätestens zwei Monate nach seinem Ausscheiden ein Nachfolger in einer ordentlichen oder außerordentlichen Mitgliederversammlung gewählt werden. Im Falle der Nichtbesetzung der Position des Präsidenten vertreten die beiden Vizepräsidenten gemeinsam.
7. Der Vorstand entscheidet in allen Angelegenheiten, die nicht der Beschlussfassung der Mitgliederversammlung unterliegen. Dazu gehören insbesondere die Prüfung und Entscheidung über Aufnahme und Ausschluss von Mitgliedern. Er leitet die gesamte Tätigkeit des Marketing-Clubs.
8. Der Präsident leitet die Mitgliederversammlungen und Sitzungen des Vorstands. Im Falle seiner Verhinderung wird er durch einen Vizepräsidenten vertreten. Auf Antrag des Präsidenten und mit Genehmigung der Mitgliederversammlung mit einfacher Mehrheit kann ein Versammlungsleiter gewählt werden, der nicht dem Vorstand angehört.
9. Der Vorstand fasst seine Beschlüsse durch Stimmenmehrheit der anwesenden Vorstandsmitglieder. Schriftliche (auch per E-Mail) Stimmübertragungen sind möglich. Bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Präsidenten.
10. Über die Sitzungen des Vorstands ist ein Protokoll anzufertigen, das vom Präsidenten und einem weiteren Vorstandsmitglied zu unterzeichnen ist.
11. Der Marketing-Club wird gerichtlich und außergerichtlich vertreten durch den Präsidenten und die beiden Vizepräsidenten. Der Präsident ist einzelvertretungsberechtigt, die beiden Vizepräsidenten vertreten gemeinsam.
12. Im Innenverhältnis sollen die beiden Vizepräsidenten ausschließlich dann gemeinsam vertreten, wenn der Präsident an der Mitwirkung verhindert ist.
13. Der Vorstand ist in besonderen Fällen auf Antrag berechtigt, Beiträge, Kostenbeteiligungen und eventuelle Verzugszinsen in begründeten Fällen zu ermäßigen oder zu erlassen.

§ 10 – Beirat

1. Der Beirat besteht aus mindestens fünf aber maximal zehn Clubmitgliedern, so dass jedes Vorstandsressort mit mindestens einem Beirat besetzt ist und wird mit Ausnahme der Beiräte Junioren, die die Stellvertreter des Juniorensprechers sind, durch die Mitgliederversammlung für die Dauer von zwei Jahren gewählt. Eine Wiederwahl ist zulässig. Kandidaten werden von den Clubmitgliedern zur Wahl vorgeschlagen. Die Wahlvorschläge sind in der Regel mit der Kandidatur an die Geschäftsstelle des Marketing-Clubs, spätestens jedoch vor Versammlungsbeginn an den Versammlungsleiter zu richten.
2. Gewählt sind die Kandidaten in der Reihenfolge der höchsten Stimmenzahl. Während der Amtszeit ausgeschiedene Beiräte werden nicht ersetzt.
3. Der Beirat unterstützt und berät den Vorstand bei seiner Tätigkeit.
4. Die Mitglieder des Beirates sind zu den Vorstandssitzungen einzuladen.

§ 11 - JuMPs

1. Dem JuMP-Kreis gehören alle Mitglieder gemäß § 4 Abs. 2 der Satzung an.
2. Der JuMP-Kreis kann sich eine eigene, mit dem Vorstand abgestimmte Geschäftsordnung geben. In dieser kann festgelegt werden, ob und unter welchen Voraussetzungen, die Mitglieder, die die Voraussetzungen des § 4.1 Abs. 2 nicht mehr erfüllen bis zur Vollendung des 34. Lebensjahres dem JuMP-Kreis angehören können.
3. Die Leitung des JuMP-Kreises obliegt dem Junioren-Ausschuss. Diesem gehören an:

- a. der Sprecher des Juniorenkreises
- b. zwei Stellvertretern
4. Der JuMP-Ausschuss wird während der Mitgliederversammlung aus der Mitte des Juniorenkreises gewählt. Stimmberechtigt sind hierfür alle anwesenden JuMPs gemäß § 4.1 Abs. 2. Als Sprecher des JuMPkreises gewählt gilt, wer die jeweils meisten der abgegebenen Stimmen auf sich vereinigt. Die beiden in der Anzahl der abgegebenen Stimmen zweit- und drittplatzierten Bewerber sind die Stellvertreter. Wiederwahlen sind zulässig.
5. Der JuMP-Ausschuss ist für die Veranstaltungen des Juniorenkreises verantwortlich, insbesondere für solche im Bereich der Fortbildung der Nachwuchskräfte des Marketing.

§ 12 Datenschutz

1. Zur Erfüllung der Zwecke und Aufgaben des Vereins werden unter Beachtung der Vorgaben der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) und des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) personenbezogene Daten über persönliche und sachliche Verhältnisse der Mitglieder im Verein verarbeitet.
2. Soweit die in den jeweiligen Vorschriften beschriebenen Voraussetzungen vorliegen, hat jedes Vereinsmitglied insbesondere die folgenden Rechte:
 - Das Recht auf Auskunft nach Artikel 15 DS-GVO,
 - Das Recht auf Berichtigung nach Artikel 16 DS-GVO
 - Das Recht auf Löschung nach Artikel 17 DS-GVO
 - Das Recht auf Einschränkung der Verarbeitung nach Artikel 18 DS-GVO
 - Das Recht auf Datenübertragbarkeit nach Artikel 20 DS-GVO und
 - Das Widerspruchsrecht nach Artikel 21 DS-GVO.
3. Den Organen des Vereins, allen Mitgliedern oder sonst für den Verein Tätigen ist es untersagt, personenbezogene Daten unbefugt zu anderen als dem jeweiligen Aufgabenerfüllung gehörenden Zweck zu verarbeiten, bekannt zu geben, Dritten zugänglich zu machen oder sonst zu nutzen. Diese Pflicht besteht auch über das Ausscheiden der oben genannten Personen aus dem Verein hinaus.

§13 – Auflösung, Aufhebung, Wegfall des Vereinszwecks

1. Die Auflösung des Marketing-Clubs 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 Marketing-Clubs 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. Der Liquidationserlös bei Auflösung kommt einem gemeinnützigen Zweck zu. Hierüber entscheidet der Liquidator nach Abstimmung mit dem zuständigen Finanzamt.
3. Ist die Vermögensverwendung im Sinne des vorherigen Absatzes nicht möglich, fällt das Vermögen des Marketing-Clubs an die Stadt Karlsruhe zur Verwendung für das Stadtmarketing.

Karlsruhe, den 12.07.2018
MARKETING-CLUB
KARLSRUHE e.V.

Richard Einstmann

Martina Detering