

# Satzung der CMO Community

Initial verabschiedet im Dezember 2006 beim CMO Community Meeting in Hamburg (SAP), erweitert im April 2010 beim CMO Community Meeting in Berlin (Messe Berlin) und im Oktober 2013 beim CMO Community Meeting in München (BMW).  
*Stand Mai 2018*

**§ 1 Hintergrund:** Die CMO Community wurde im Dezember 2006 initiiert mit dem Ziel, eine Plattform für den persönlichen Erfahrungsaustausch zu Best Practices und Trends im Marketing zu schaffen, ebenso wie für das Networking im Kollegenkreis von Marketingleitern und Marketingvorständen. Der persönliche Erfahrungsaustausch und das Networking unter führenden Marketingprofis steht im Mittelpunkt der Community, ebenso wie die Auseinandersetzung mit Best Practices und Trends im Bereich Marketing.

**§ 2 Format:** Zum gemeinsamen Erfahrungsaustausch treffen sich seit Dezember 2006 regelmäßig ca. 60 Marketingleiter von Markenunternehmen zwei Mal im Jahr (meist April und Oktober), um sich – nach selbstgewählten Themen – im Kollegenkreis auszutauschen. Insgesamt besteht die Community aus ca. 80 Kollegen.

**§ 3 Zielsetzung und Inhalte der CMO Community-Meetings:** Ziel der Community-Meetings ist es, Themen zu diskutieren, die alle Kollegen betreffen, Aktualität und Relevanz haben. Hierzu werden für die zwei Meetings/Jahr jeweils am Ende eines Treffens die Themen abgefragt, welche das nächste Mal zu diskutieren sind.

**§ 4 Organisation, Vorabend-Dinner und Hosting:** Werden nach Beschluss der Community-Mitglieder seit 2008 outgesourct und durch Jahreskostenbeiträge in Höhe von aktuell 1.680 Euro + MwSt. aller Kollegen abgedeckt. Die jährlichen Kostenbeiträge sind unabhängig von der Teilnahme an den einzelnen Treffen der Community für das jeweils laufende Kalenderjahr fällig. Alle Kollegen haben sich dazu bereiterklärt, jeweils einmal die Rolle des Hosts für den Tag zu übernehmen – womit auch das Kennenlernen der jeweiligen Mitgliedsunternehmen gefördert wird.

**§ 5 Grundmaxime der CMO Community:** Vor diesem Hintergrund basiert die CMO Community seit 2006 auf 8 Grundmaximen:

- Networking: Vertrauliches Networking im kleineren Kollegenkreis mit ähnlichen Herausforderungen, keine Vertreter zugelassen
- Inhalte: Offene, vertrauliche Diskussion des konzeptionellen Hintergrunds (profunde Inhalte)
- Agenda mit selbstgewählten Themenwünschen der Teilnehmer
- Vorab-Review aller Präsentationen durch den Organisator
- Erstellung eigener Studien sowohl als Input, als auch als Ergebnis der CMO Community-Meetings – u.a. zum Thema „Marketingplanung“, „CMO Agenda“ oder auch „Digital Business Excellence“.
- Best Practices: Interne / Externe Vortragende mit wahren „Best Practices“.
- Erfahrungsaustausch und Vertraulichkeit: Erfahrungsaustausch & Best Practices durch / zwischen den Teilnehmern, „Chatham House Rules“ – strikte Vertraulichkeit aller diskutierten Inhalte und Meinungen
- Keine Vertriebsveranstaltung: Keine Unternehmenspräsentationen, keine Tutorials, kein Vertriebshintergrund (Agenturen, Berater). Agenturen und Berater verbleiben nur jeweils – sofern eingeladen – für die Diskussion ihres jeweiligen Themenblocks im Meeting

**§ 6 Weitergehende Beschlüsse der CMO Community-Mitglieder im April 2010 und Oktober 2013**

- Begrenzung des Teilnehmerkreises auf 70-80 Teilnehmer, um den persönlichen Austausch sicherzustellen – keine Konferenzatmosphäre, viel aktiver Austausch untereinander
- Kurze Präsentationen auf den Punkt – keine „Lecture“, keine Verkaufspräsentationen
- Ausreichend Zeit für die Diskussion auch konträrer Positionen
- Zusammenkunft von Kollegen mit ähnlichen Rollen und Funktionen, um adäquaten Austausch sicherzustellen
- Keine Sponsoren, keine Verbände als Teilnehmer und Mitglieder, keine Berater oder Agenturen. Kosten sind durch alle Mitglieder durch Jahresbeiträge abzudecken, um Neutralität, Networking-Charakter und den inhaltlichen Austausch auch für die Zukunft sicherzustellen.
- Beiträge direkt aus dem Kollegenkreis, Beiträge externer Experten unterschiedlichster Disziplinen, Thought Leadership – für einen Perspektivwechsel, „Hands-On“-Inhalte – konkrete Problemlösungen & Best Practices

**§ 7 Austritt aus der Community:** Kann jederzeit vor Ende eines jeden Kalenderjahres erklärt werden.

**§ 8 Datenschutz (gem. DSGVO):** Mit dem Beitritt stimmen die Teilnehmer dem Austausch ihrer Kontaktdaten mit anderen Teilnehmern innerhalb der Community zu. Ansonsten gelten die Datenschutzbestimmungen auf der Website.

**§ 9 Job-Wechsel:** Im Falle des Ausscheidens von Kollegen (im Fall von Jobwechseln – etwa in Beratung oder Agentur), wird die Mitgliedschaft ruhend gestellt. Ziel ist es, Teilnehmer mit aktiver Rolle in Unternehmen für Transfer und aktive Beiträge einzubinden.