



STATUTEN

Swiss Marketing (SMC)

Swiss Marketing (CMS)

Swiss Marketing (SMC) Statuten

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde in den vorliegenden Statuten auf die weibliche Sprachform verzichtet. Das darin Festgehaltene gilt selbstverständlich auch für Personen weiblichen Geschlechts.

I. Name, Sitz und Zweck

Art. 1. Name und Sitz

Unter dem Namen "Swiss Marketing (SMC)" besteht ein Verein im Sinne von Art. 60 ff. des Schweizerischen Zivilgesetzbuches von im Bereich des Marketings und des Verkaufs tätigen Personen.

Der Sitz des Vereins ist am Ort seiner Geschäftsstelle.

Art. 2. Zweck

Swiss Marketing (SMC) bezweckt:

1. den Austausch von Wissen und Erfahrung zwischen seinen Mitgliedern;
2. die Förderung der Qualität im Marketing;
3. die Stärkung der Zusammenarbeit von öffentlichen und privaten Organisationen im In- und Ausland;
4. die Unterstützung der zukunftsgerichteten Aus- und Weiterbildung;
5. die Vertretung der Interessen der Marketing-Branche in der Öffentlichkeit und bei Behörden.

Swiss Marketing (SMC) verfolgt keine wirtschaftlichen Zwecke und ist politisch und konfessionell neutral.

II. Mitgliedschaft

Art. 3. Mitglieder

Swiss Marketing (SMC) gehören Personen an, welche im Marketing tätig sind, also Kommunikation, Marktforschung, Produkt-Management, Public Relations, Verkauf, Werbung und andere Aktivitäten zur Verkaufsförderung betreiben. Um die Mitgliedschaft bei Swiss Marketing (SMC) können sich bewerben:

1. Führungskräfte, Fachkräfte in Kaderposition oder Freiberufliche der vorgenannten Branchen;
2. Führungs- und Kaderleute welche Willens sind, Swiss Marketing (SMC) und seine Zwecke zu unterstützen;
3. Inhaber eines eidgenössischen Diploms, bzw. Fachausweises im Bereich der vorgenannten Branchen.

Juristische Personen, vertreten durch ihre Organe, können sich um die Mitgliedschaft bei Swiss Marketing (SMC) bewerben. Höchstens zwei Delegierte einer Swiss Marketing (SMC) angeschlossenen juristischen Person können an öffentlichen Veranstaltungen von Swiss Marketing (SMC) und den Clubs teilnehmen und Anspruch auf die Dienstleistungen des Verbandes geltend machen.

Art. 4. Art der Mitgliedschaft

Dem Swiss Marketing (SMC) gehören als Mitglieder an:

- Clubmitglieder
- Direktmitglieder
- Ehrenmitglieder

Art. 5. Clubmitglieder

Jede Person kann sich um die Aufnahme in einen Club des Swiss Marketing (SMC) bewerben. Das Aufnahmegesuch ist an den Vorstand des entsprechenden Clubs zu richten, welcher darüber entscheidet und es ohne Angabe von Gründen ablehnen kann.

Es besteht kein Anspruch auf Aufnahme in einen Club des Swiss Marketing (SMC).

Die Mitgliedschaft in mehreren Clubs ist möglich.

Mit der Aufnahme in einen Club wird die Mitgliedschaft bei Swiss Marketing (SMC) begründet.

Art. 6. Direktmitglieder

Direktmitglieder sind Mitglieder des Swiss Marketing (SMC), die nicht auch Mitglied mindestens eines Clubs sind. Jede Person kann sich um die Aufnahme in den Swiss Marketing (SMC) als Direktmitglied bewerben. Das Aufnahmegesuch ist an die Geschäftsstelle zu richten, welche darüber entscheidet und ohne Angabe von Gründen ablehnen kann. Rekursorgan ist der Zentralvorstand.

Es besteht kein Anspruch auf Aufnahme bei Swiss Marketing (SMC).

Art. 7. Ehrenmitglieder

Personen, welche sich um Swiss Marketing (SMC) oder seine Clubs besonders verdient gemacht haben, können auf Antrag des Zentralvorstandes oder eines Clubvorstandes durch die Generalversammlung zu Ehrenmitgliedern ernannt werden.

Ehrenmitglieder geniessen alle Mitgliedschaftsrechte von Swiss Marketing (SMC) und des entsprechenden Clubs, sind aber von der Bezahlung von Mitgliederbeiträgen befreit.

Art. 8. Mitgliederregister

Die Geschäftsstelle führt ein nationales Mitgliederverzeichnis.

Die Clubs liefern der Geschäftsstelle die dazu notwendigen Angaben.

Art. 9. Beendigung der Mitgliedschaft

Die Mitgliedschaft wird beendet durch:

- Austritt
- Ausschluss
- Tod oder Geschäftsaufgabe/Liquidation

Art. 10. Austritt

Der Austritt kann unter Einhaltung einer einmonatigen Frist auf das Ende eines Vereinsjahres erfolgen. Clubmitglieder richten die schriftliche Mitteilung an den Präsidenten des entsprechenden Clubs, die übrigen Mitglieder an die Geschäftsstelle.

Art. 11. Ausschluss

Mitglieder, welche den Statuten in krasser Weise zuwiderhandeln, erheblich gegen die Interessen von Swiss Marketing (SMC) oder seiner Clubs verstossen, die Voraussetzungen für die Mitgliedschaft nicht mehr erfüllen oder trotz Aufforderung ihren Verbindlichkeiten gegenüber Swiss Marketing (SMC) nicht mehr nachkommen, können aus Swiss Marketing (SMC) oder einzelnen Clubs ausgeschlossen werden.

Über den Ausschluss der Clubmitglieder entscheidet der Clubvorstand oder der Zentralvorstand. Über den Ausschluss der anderen Mitglieder entscheidet der Zentralvorstand.

Kommt es zu einem Ausschluss aus einem Club, so wird dies mit Angabe von Gründen an den Zentralvorstand gemeldet, welcher prüft, ob das Mitglied aus Swiss Marketing (SMC) ausgeschlossen werden muss.

Art. 12. Folgen der Beendigung

Wer die Mitgliedschaft bei Swiss Marketing (SMC) verliert, kann nicht Mitglied eines Clubs sein. Tritt ein Mitglied aus einem Club aus, so verliert er nicht automatisch die Mitgliedschaft bei Swiss Marketing (SMC).

Sobald die Mitgliedschaft beendet ist, verliert das Mitglied sämtliche Rechte gegenüber dem Club und gegebenenfalls gegenüber Swiss Marketing (SMC).

Das Ende der Mitgliedschaft entbindet nicht von den finanziellen Verpflichtungen für das laufende Vereinsjahr. Allfällige Schadenersatzforderungen bleiben vorbehalten.

Ausgetretene und ausgeschlossene Mitglieder haben keinen Anspruch auf das Vereinsvermögen. Der Anspruch eines Mitgliedes erlischt nach der Mitgliedschaft.

III. Organisation

1. Sitzungen, Beschlussfassung und Wahlen

Art. 13. Versammlungen und Anträge

Die Organe von Swiss Marketing (SMC) versammeln sich auf Einladung ihres Vorsitzenden sooft als es die Geschäfte erfordern, jedoch mindestens einmal jährlich.

Ort und Datum der Generalversammlung sowie die Traktanden sind den Mitgliedern spätestens sechs Wochen vor der Versammlung bekannt zu geben. Anträge zuhanden der Generalversammlung sind spätestens bis zum 1. August einzureichen. Sie werden vom Zentralvorstand vorberaten.

Ort und Datum der Versammlung sowie die Traktanden sind den Mitgliedern spätestens drei Wochen vor der Versammlung bekannt zu geben; Mitglieder können Anträge zu den Traktanden bis zwei Wochen vor der Versammlung beim Vorsitzenden einreichen. Diese sind den Mitgliedern rechtzeitig bekannt zu geben.

Art. 14. Stimmrecht

Jedes Mitglied hat eine Stimme.

Art. 15. Beschlussfassung

In der Regel erfolgen Beschlussfassungen und Wahlen offen, sofern nicht der Vorsitzende die schriftliche Abstimmung oder Wahl anordnet, oder mindestens die Hälfte der anwesenden stimmberechtigten Mitglieder dies verlangt.

Wo nichts anderes bestimmt ist, fassen die Organe von Swiss Marketing (SMC) ihre Beschlüsse und vollziehen ihre Wahlen mit dem absoluten Mehr der gültig abgegebenen Stim-

men. Bei der Berechnung des absoluten Mehres werden Stimmenthaltungen nicht berücksichtigt.

Art. 16. Wahlen und Amtsdauer

Wahlen finden alle drei Jahre statt.

Wird während einer Amtsdauer eine Ersatzwahl notwendig, so gilt diese für den Rest der laufenden Amtsperiode.

Eine Ämterkummulation ist grundsätzlich ausgeschlossen. Ausnahmen kann der Zentralvorstand bewilligen.

Art. 17. Sprachen und Regionen

Die offiziellen Dokumente bei Swiss Marketing (SMC) sind in deutscher Sprache verfasst. Die Geschäftsstelle kann sie auch in die französische oder italienische Sprache übersetzen lassen; sie müssen in die verlangte Sprache übersetzt werden, wenn es ein Clubpräsident beantragt.

Bei der Bestellung der Organe ist, soweit tunlich, auf eine angemessene Vertretung der Sprachen und Regionen Rücksicht zu nehmen.

2. Club

Art. 18. Zusammenschluss

Zur Pflege gemeinsamer Interessen können sich die Mitglieder von Swiss Marketing (SMC) mit der Genehmigung durch die Geschäftsstelle zu Clubs zusammenschliessen.

Art. 19. Organisation

Die Clubs haben sich gemäss den Vorgaben des Zentralvorstandes als Vereine im Sinne von Art. 60 ff. des Schweizerischen Zivilgesetzbuches zu konstituieren. Sie haben je eigene Rechtspersönlichkeit, Statuten, Organe und ein Vereinsvermögen.

Die Statuten und allfällige weitere Reglemente der Clubs dürfen nicht den Interessen und Ziele von Swiss Marketing (SMC) widersprechen. Die Statuten, allfällige weitere Reglemente sowie die Änderungen derselben bedürfen der Genehmigung durch den Zentralvorstand von Swiss Marketing (SMC).

Art. 20. Aufgaben und Befugnisse

Die Clubs führen in ihren Interessengebieten Veranstaltungen durch. Wenn Veranstaltungen oder Anlässe für Dritte organisiert werden, so haben die Clubs vorgängig eine Genehmigung der Geschäftsstelle einzuholen.

Die Clubs erstatten 90 Tage nach Beendigung ihres Geschäftsjahres der Geschäftsstelle von Swiss Marketing (SMC) jährlich Bericht über die Clubaktivitäten. Sie reichen ihre Rechnung ein. Die Geschäftsstelle von Swiss Marketing (SMC) kann an den Versammlungen der Clubs teilnehmen.

3. Die Organe

Art. 21. Organe

Die Organe von Swiss Marketing (SMC) sind:

1. Generalversammlung
2. Zentralvorstand
3. Geschäftsstelle
4. Strategiekommission
5. Revisionsstelle

3.1 Generalversammlung

Art. 22. Ordentliche Generalversammlung

Die Generalversammlung ist das oberste Organ von Swiss Marketing (SMC). Jedes Mitglied ist berechtigt, an der Generalversammlung teilzunehmen.

Die ordentliche Generalversammlung findet auf Einladung des Zentralvorstandes jährlich einmal statt.

Art. 23. Aufgaben und Befugnisse

Die Generalversammlung hat folgende unübertragbare Befugnisse:

- Festsetzung und Änderung der Statuten;
- Genehmigung des Jahresberichts, der Jahresrechnung und des Budgets von Swiss Marketing (SMC);
- Festsetzung der Mitgliederbeiträge;
- Wahl der Revisionsstelle;
- Genehmigung der Schiedsgerichtsordnung und Wahl der Schiedsrichter;
- Wahl des Zentralvorstandes und des Zentralpräsidenten;
- Ernennung der Ehrenmitglieder auf Vorschlag des Zentralvorstandes;
- Beschlussfassung über die Auflösung von Swiss Marketing (SMC) und Wahl der Liquidatoren;
- Beschlussfassung über alle vom Zentralvorstand der Generalversammlung unterbreiteten Geschäfte.

Art. 24. Ausserordentliche Generalversammlung

Ausserordentliche Generalversammlungen werden auf Veranlassung des Zentralvorstandes oder eines Fünftels der stimmberechtigten Mitglieder einberufen.

3.2 Zentralvorstand

Art. 25. Zusammensetzung / Organisation

Der Zentralvorstand besteht aus 3 bis 9 Mitglieder. Vorstandsmitglieder müssen natürliche Personen sein.

Der Zentralvorstand konstituiert sich mit Ausnahme des Zentralpräsidenten selber. Er ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit der Mitglieder anwesend ist. Einladungen zur Sitzung haben spätestens drei Wochen vor der Versammlung zu erfolgen. Zirkularbeschlüsse sind zulässig.

Jedes Vorstandsmitglied steht einem oder mehreren Ressorts vor. Im Bereich ihrer Ressorts können die Vorstandsmitglieder Swiss Marketing (SMC) nach aussen vertreten.

Art. 26. Aufgaben und Befugnisse

In die Zuständigkeit und Kompetenz des Zentralvorstandes fallen alle Geschäfte, die nicht durch Gesetz oder Statuten einem anderen Organ zugeordnet sind. Der Zentralvorstand hat insbesondere folgende Aufgaben und Befugnisse:

- Die Oberleitung des Swiss Marketing (SMC) und die Erteilung der nötigen Weisungen;
- Festlegung der Organisation;
- Oberaufsicht über die Geschäftsstelle, Wahl des Direktors und Erlass des Pflichtenheftes für die Geschäftsstelle;
- Genehmigung der durch die Clubs eingereichten Statuten und Reglemente;
- Entscheid als Rekursinstanz betreffend die Aufnahme von Direktmitgliedern;
- Entscheid über den Ausschluss von Mitgliedern;
- Vorbereitung der Generalversammlung, insbesondere Vorlage des Jahresberichts, der Jahresrechnung, des Budgets und Vorschlag der Mitgliederbeiträge;
- Wahl der Mitglieder in Kommissionen, insbesondere Prüfungs- und Strategiekommission, Wahl von deren Präsidenten und Erlass der entsprechenden Pflichtenhefte;
- Beschlussfassung über alle von der Geschäftsstelle dem Zentralvorstand unterbreiteten Geschäfte.

Art. 27. Zentralpräsident

Der Zentralpräsident steht dem Zentralvorstand vor.

Er vertritt Swiss Marketing (SMC) zusammen mit dem Direktor nach aussen.

3.3 Geschäftsstelle

Art. 28. Stellung

Die Geschäftsstelle ist das oberste Exekutivorgan von Swiss Marketing (SMC). Sie wird vom Direktor geführt.

Art. 29. Aufgaben und Befugnisse

Der Direktor hat folgende Aufgaben und Befugnisse:

- Führung des Swiss Marketing (SMC) gemäss dem durch den Zentralvorstand erstellten Pflichtenheft;
- effiziente und zeitgemässe Organisation der Geschäftsstelle;
- Vorbereitung der Geschäfte des Zentralvorstandes, insbesondere des Jahresberichts, der Jahresrechnung und des Budgets;
- Vertretung der Swiss Marketing (SMC) zusammen mit dem Zentralpräsidenten nach aussen;
- Recht auf Teilnahme an allen Sitzungen der Swiss Marketing (SMC) Organe und der Clubs mit beratender Stimme;
- Genehmigung von Veranstaltungen oder Anlässe für Dritte, die von den Clubs organisiert werden;
- Recht auf Teilnahme an den Versammlungen der Clubs;
- Unterstützung und Beratung der Clubs
- Entscheid über die Übersetzung offizieller Dokumente;
- Entscheid über ein Aufnahmegesuche als Direktmitglied.

3.4 Strategiekommission

Art. 30. Zusammensetzung

Die Strategiekommission besteht aus den Mitgliedern des Zentralvorstandes, dem Direktor der Geschäftsstelle, den Clubpräsidenten (bzw. deren Stellvertreter) sowie weiteren durch den Zentralvorstand gewählten Mitgliedern.

Der Präsident der Strategiekommission ist ein Mitglied des Zentralvorstandes.

Art. 31. Aufgaben und Befugnisse

Die Strategiekommission berät den Zentralvorstand in den ihr vorgelegten Fragen. Sie kann der Generalversammlung Empfehlungen abgeben.

3.5 Revisionsstelle

Art. 32. Aufgabe

Das Rechnungswesen von Swiss Marketing (SMC) untersteht der Kontrolle einer unabhängigen von der Generalversammlung für jeweils drei Jahre gewählten Revisionsstelle.

Die Revisionsstelle prüft jährlich die Bücher und Kassen von Swiss Marketing (SMC) und erstattet der Generalversammlung schriftlichen Bericht. Sie legt dem Direktor den Bericht vorgängig, zu Händen des Zentralvorstandes und der Generalversammlung vor.

IV. Schiedsgericht

Art. 33. Schiedsgerichtsordnung

Organisation, Verfahren und Geschäftsführung des Schiedsgerichtes sind durch die von der Generalversammlung genehmigte Schiedsgerichtsordnung geregelt.

Art. 34. Zuständigkeit und Kompetenz

Das Schiedsgericht des Swiss Marketing (SMC) ist ausschliesslich zur endgültigen Entscheidung von Streitigkeiten zuständig:

- unter Swiss Marketing (SMC)-Mitgliedern
- zwischen Swiss Marketing (SMC)-Mitgliedern und Organen des Swiss Marketing (SMC)
- unter Swiss Marketing (SMC) Organen
- zwischen Swiss Marketing (SMC)-Mitgliedern und Clubs
- zwischen Clubs untereinander
- zwischen Organen des Swiss Marketing (SMC) und Clubs

Das Schiedsgericht entscheidet in der Sache. Es verteilt die Kosten und ist berechtigt, verbandsinterne Sanktionen, Sanktionsgelder, Konventionalstrafen und weitere ihm angezeigte Massnahmen auszusprechen.

V. Finanzen

Art. 35. Mittelbeschaffung

Swiss Marketing (SMC) kann sich die Mittel beschaffen durch:

1. Mitgliederbeiträge
2. Eintrittsgebühren
3. Dienstleistungen
4. Sanktionsgelder
5. Schenkungen, Legate und andere freiwilligen Zuwendungen
6. Sponsorengelder und andere Sponsoringleistungen
7. andere Beiträge

Art. 36. Mitgliederbeiträge

Wird kein Antrag über eine Erhöhung oder Reduktion des Mitgliederbeitrages gegenüber dem Vorjahr eingereicht, so ist derselbe Beitrag wie im Vorjahr zu erheben. Dabei darf er den Maximalbetrag von SFr. 500.- respektive bei juristischen Personen von SFr. 2'500.- nicht übersteigen.

Bei Neueintritt zwischen dem 1. Juli und dem 31. Dezember wird der volle Jahresbeitrag, bei Neueintritt zwischen dem 1. Januar und dem 30. Juni die Hälfte des jährlichen Mitgliederbeitrages in Rechnung gestellt.

Art. 37. Inkasso und Verteilung

Das Inkasso der Mitgliederbeiträge wird von der Geschäftsstelle von Swiss Marketing (SMC) zentral übernommen.

Swiss Marketing (SMC) überweist den Clubs mindestens einen Drittel der durch die Clubmitglieder einbezahlten Mitgliederbeiträge.

Für Vereinsanlässe und Veranstaltungen der Clubs kann Swiss Marketing (SMC) auf Antrag an die Geschäftsstelle weitere Mittel an die Clubs überweisen.

Art. 38. Rechnungs- und Vereinsjahr

Das Rechnungs- und Vereinsjahr dauert vom 1. Juli bis zum 30. Juni des darauf folgenden Kalenderjahres.

Art. 39. Haftung

Für die Verbindlichkeiten von Swiss Marketing (SMC) haftet ausschliesslich dessen Vereinsvermögen.

Für die Verbindlichkeiten der Clubs haftet ausschliesslich deren Vereinsvermögen.

Eine persönliche Haftung der Swiss Marketing (SMC)-Mitglieder ist jedenfalls ausgeschlossen.

VI. Schlussbestimmungen

Art. 40. Statutenrevision/Auflösung

Für die Revision der vorliegenden Statuten und für die Auflösung von Swiss Marketing (SMC) bedarf es der Zustimmung von zwei Dritteln aller an der beschlussfassenden Generalversammlung gültig abgegebenen Stimmen. Bei der Berechnung des qualifizierten Mehres werden die Stimmenthaltungen nicht berücksichtigt.

Die Generalversammlung wählt die Liquidatoren und bestimmt, wie das Vereinsvermögen im Auflösungsfall zu verwenden ist.

Art. 41. Massgeblicher Wortlaut

Weichen der deutsche, französische und italienische Wortlaut dieser Statuten voneinander ab, so gilt der deutsche Wortlaut als massgebend.

Art. 42. Inkrafttreten

Diese Statuten treten mit ihrer Annahme durch die Generalversammlung vom 25. September 2004 in Kraft und ersetzen alle vorhergehenden Statuten, insbesondere jene vom 21. September 1996.

Swiss Marketing (SMC)

Der Zentralpräsident

Der Direktor

NR Otto Ineichen

Patrick R. Duss