

MARKETING-CLUB HAGEN E. V.
Mitglied der Deutschen Marketing-Vereinigung

Alles Gute - Willi Denecke

"Mir war schon ein wenig wehmütig ums Herz, als ich heute nach Hagen kam", gestand Willi Denecke in seinen Abschiedsworten den gut 80 Gästen des letzten Club-Abends ein. Kein Wunder: Schließlich war er es, der Ende letzten Jahres mit unermüdlichem Einsatz unseren Club überhaupt erst ermöglichte.

Daran erinnerte denn auch Präsidentin Dr. Viola Hallman, als sie sich im Namen aller bei Willi Denecke für dessen Leistungen bedankte. Und: Denecke wäre nicht Denecke, hätte er nicht am 2.5. gleich seinen Nachfolger präsentiert:



Dr. Gerrit Heinemann bekundete am letzten Club-Abend dem Vorstand und den anwesenden Mitgliedern gegenüber, die Geschäfte genauso reibungslos und gewissenhaft zu führen wie sein Vorgänger Denecke.



Marketingorientierte Personalentwicklung

Für viele Unternehmen ist es heute selbstverständlich, in Maschinen oder auch Computertechnologie zu investieren. Kosten für die Hardware und die Software sind mittlerweile Bestandteil vieler Budgets.

Doch in die "Human-Ware" wird nach Ansicht von Dr. Joachim Tries, Geschäftsfüh-

rer der High-Tech Marketing GmbH, Dortmund, oft viel zu wenig oder auch viel zu spät investiert. Und das kann fatale Folgen haben.

Denn der Mensch ist nun mal die "komplizierteste Konstruktion" in jedem Unternehmen. Menschen in ihrer Rolle als Mitarbeiter sind ständig auf der Suche nach Selbstverwirklichung. Herausforderungen, Ehrlichkeit und überzeugter Einsatz für ein Ziel sind immer noch Werte, die für jeden Mitarbeiter die Basis der Leistungsmotivation bilden.

Die Instrumente der Personal- und Organisationsentwicklung helfen, dieses Leistungspotential optimal auszuschöpfen, um Umsatz und Gewinn zu steigern. Einige dieser Instrumente stellte Dr. Joachim Tries am letzten Club-Abend vor und den Gästen in Form einer Arbeitsmappe zur Verfügung.

Liebe Clubfreunde,

mich zieht es nun zu Tchibo nach Hamburg. Dort bin ich als Vertriebs-Geschäftsleiter für gut 600 Kaffee-Filialen verantwortlich.

Leider kann ich so nicht länger als Geschäftsführender Vorstand des MC Hagen fungieren. Um unseren Club ist mir allerdings nicht bange. Denn erstens arbeiten Vorstand und Beirat vorzüglich. Und zweitens ist mein Nachfolger als Geschäftsführender Vorstand, Herr Dr. Gerrit Heinemann, Garant für eine ordnungsgemäße Abwicklung aller den Club betreffenden Geschäfte.

Ich bin begeistert, daß unser noch so junger Club schon nach einem halben Jahr knapp 150 Mitglieder zählt. Ich bin sicher, daß der Club in der Wirtschaftsregion Südwestfalen eine gewichtige Institution in Sachen Marketing sein wird. Ich möchte Ihnen auch auf diesem Wege noch einmal herzlichst für Ihre Mitarbeit im und am Club danken.

Ein besonderer Dank gilt der SHK Hagen für deren Hilfsbereitschaft in der Gründungsphase, der Präsidentin, Frau Dr. Viola Hallman, den Herren des Vorstandes sowie des Beirats und natürlich der Club-Sekretärin, Frau Helga Schreib. Wann immer es möglich ist, werde ich an Club-Veranstaltungen des MC Hagen als Gast teilnehmen. Bis dahin wünsche ich dem Club auf hanseatische Art und Weise viel Glück mit einem kräftigen HUMMEL, HUMMEL!

Ihr


Willi Denecke



intern

Liebe Clubfreunde!



Willi Denecke geht: Den Gründungsvater unseres Clubs zieht es beruflich nach Hamburg. Sein Nachfolger als Geschäftsführender Vorstand des MC Hagen steht Gewehr bei Fuß.

Dr. Gerrit Heinemann kommt: Am 1. September wird Dr. Heinemann den Zentralbereich Marketing der Hussel Holding AG übernehmen. Dann steht er unserem Club als Geschäftsführender Vorstand zur Verfügung.

Dr. Hartmut Kreyer überbrückt: In der Zwischenzeit werden die Aufgaben des Geschäftsführenden Vorstandes kommissarisch von Dr. Kreyer geleitet.

Bitte Paßbilder zusenden!

Noch immer fehlen uns etliche Paßbilder unserer Mitglieder. Bitte schicken Sie zwei Lichtbilder umgehend



an das Clubsekretariat, damit wir in der Rubrik "Unsere Mitglieder" weiterkommen.

Unser Club wächst und wächst und ...

Als neu hinzugekommene Mitglieder begrüßen wir in unserem Club auf das Herzlichste:

Klaus von Koenigsmarck,
Twick & Lehrke KG

Dietmar Millhoff,
Dietmar Millhoff KG

Andreas Honert,
Franz Scheffer oHG

Dieter Riegel,
Gebäudereinigung Riegel

Gerhard Schulte,
Hagener TGZ GmbH

Zur Korrektur in "Unsere Mitglieder":

Hans-Henning Siepel, bislang Mitglied der Geschäftsleitung der Deutsche Bank, Filiale Iserlohn ist per 1.5. in die Geschäftsleitung der Filiale Hagen als Direktor eingetreten.

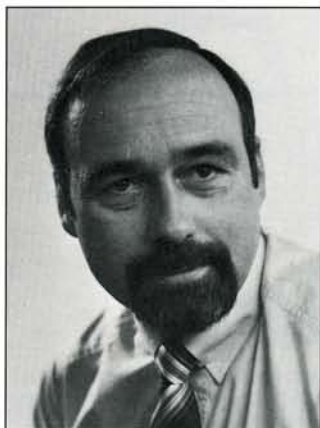
Dank den Sponsoren

Am letzten Club-Abend stellte die Hussel Holding AG die Wohltaten für Leib und Seele zur Verfügung. Dies galt als Dank des Hussel-Vorstandsvorsitzenden Dr. Jörn Kreke an Willi Denecke für dessen Leistungen in und um unseren Club.

Freundliche Grüße aus Hagen

Uwe Schedlbauer
DIALOG-Redaktion

6. Clubabend am 6. Juni 1989



Firmenkonjunkturen sind machbar. Regionales Marketing als Erfolgsfaktor in gesättigten Märkten. Über dieses interessante Thema wird **Siegfried E. Kramer**, Prokurist und Marketingleiter des Hauses **Richard Hirschmann GmbH & Co., Esslingen** referieren.

Der Präsident des Marketing-Clubs Stuttgart und Vizepräsident der DMV spricht einen sehr praxisorientierten Vortrag. Um von vornherein die Gefahr einer Fehlinterpretation zu vermeiden:

Regionales Marketing ist für Siegfried Kramer eingebettet

in das nationale, das europäische und das internationale Marketing.

Gerade aber der bevorstehende Binnenmarkt 1992 erfordert insbesondere für mittelständische Unternehmen eine zunehmende Auseinandersetzung mit einerseits einer stärker zentral entwickelten Gesamtstrategie. Und andererseits einer noch professionelleren regionalen und damit differenzierten Umsetzung und Realisierung.

Unter diesen Gesichtspunkten wird Siegfried Kramer versuchen, die zur Entwicklung einer Firmenkonjunktur grundsätzlich zur Verfügung stehenden Strategiefelder "Marktdurchdringung", "Marktentwicklung", "Produktdifferenzierung" und "Diversifikation" mit nachvollziehbaren konkreten Inhalten zu füllen.

Also: Am 06.06.89 "Firmenkonjunkturen sind machbar. Regionales Marketing als Erfolgsfaktor in gesättigten Märkten" von und mit Siegfried E. Kramer nicht verpassen. Beginn wie immer um 18.30 Uhr im Queens-Hotel.

Programm 1989

06. Juni
Regionales Marketing als Erfolgsfaktor in gesättigten Märkten.
Siegfried Kramer,
Marketingleiter,
Richard Hirschmann Radio-
technische Werke

01. August
Was kann ein Marketing-Audit leisten!
Dr. Schmitz-Maibauer,
Unternehmensberater

05. September
Innovative Unternehmensführung als Grundlage strategischer Planung
Dr. h.c. Walter Trux,
Vors. d. Vorstandes,
Flachglas AG

03. Oktober
Marketing für Zulieferer
Diskussionsabend/
Eigenveranstaltung

27. Oktober
"Deutscher Marketing-Tag" in Frankfurt

07. November
Faszination des Handels
Dr. Jörn Kreke,
Vorsitzender d. Vorst.,
Hussel Holding AG

05. Dezember
Herausforderungen an das Marketing der 90er Jahre.
Dipl.-Kfm. Friedhelm Pälke
Chefredakteur
"absatzwirtschaft" - Zeit-
schrift f. Marketing

Impressum

Konzept
und Realisation:
CPC-Werbeberatung,
Herdecke

Redaktion:
Uwe Schedlbauer,
HUSSEL Holding AG,
Hagen

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Helga Schreib, Hussel Süßwaren-Fachgeschäfte GmbH, Kabeler Straße 4, 5800 Hagen,
Tel: 02331/690213, Telex: 823879, Telefax: 02331/690271