

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.
Mitglied im Deutschen Marketing-Verband Berufsverband des Marketing-Managements

Weil es so schön war – nach 10 Jahren MC Hagen noch einmal die Höhepunkte genießen.

Ein Resümee für den Clubabend »Sieben Themen – Sieben Gänge« am 5. November zu ändern ist recht einfach: Der Abend war genauso interessant und abwechslungsreich wie die gleichnamige Veranstaltung 1997.

Es wäre also naheliegend, unseren Bericht von damals – mit kleinen Nuancen – zu wiederho-



len: Es wurde gut gegessen und getrunken, neues über den MC Hagen gab es zu erfahren und erneut bot sich Gelegenheit, im Kreise Gleichgesinnter Gedanken auszutauschen. Natürlich wurde viel gelacht. Insbesondere über die Sponsorenvorstellung à la Albert Hirsch, die

großen Augen von Andreas Trute im Internet (haben Sie inzwischen rausgefunden, wie groß sie waren?) und die besten Werbespots der Cannes Rolle. Und da die diesjährigen »Sieben Themen – Sieben Gänge« auf vielfachen Wunsch an einem Freitag stattfanden, störte es auch nicht, daß der Zeitplan ein wenig aus den Fugen geriet – im Gegenteil!

Wer dabei war, weiß Bescheid!

Wie aber können wir all diejenigen, die an diesen besonderen Clubabend nicht teilhaben konnten einen Eindruck davon vermitteln, was sie verpaßt haben?

Versuchen Sie sich einfach eine fröhliche Gesellschaft vorzustellen, die zusammen-



gekommen ist, um zu feiern. Einfach so! Und die Spaß daran hat, Teil einer Gemeinschaft zu sein, die das ganze Jahr über Monat für Monat Marketing zum Anfassen genießt und erlebt.

Das Schöne an den Veranstaltungen des MC Hagen war und ist, daß man hier so sein kann wie man ist. Und daß man sich nicht scheuen muß, Fragen zu stellen, Informationen zu sammeln und Ideen auszutauschen.

Im Marketing-Club Hagen bleiben Konkurrenzdenken, Neid und Mißgunst außen vor.

Was im MC Hagen geschieht, geschieht zur Zufriedenheit und zum Nutzen aller – und der Spaß gehört dazu.

Wem das nicht genug erscheint, der kann sich anhand der nachfolgenden Fakten davon überzeugen, dass Zusammenarbeit zum Erfolg führt. Oder wie Henry Ford es einmal gesagt hat: Zusammenkunft ist ein Anfang. Zusammenhalt ist ein Fortschritt. Zusammenarbeit ist der Erfolg.

Fortsetzung auf Seite 3



intern

Liebe Clubmitglieder,

am 16. Oktober 1999 fand in Münster das 5. Münsteraner Marketing Symposium statt.

Prof. Meffert hatte für über 500 Teilnehmer gemeinsam mit Prof. Ahlert und Prof. Backhaus diese Veranstaltung unter das Motto gestellt: »Excellence in Marketing«.

Es war interessant, mitzerleben wie nach dem Aufkommen verschiedener Strömungen des Marketing in den letzten 40 Jahren heute eindeutig die Markenpolitik und der gekonnte Einsatz elektronischer Medien (E-Commerce) die Szene beherrschen. Namhafte Referenten haben diese Veranstaltung geprägt. Unser Clubmitglied, Herr Körfer-Schün (Grohe AG) gestaltete gemeinsam mit Herrn Prof. Specht (Henkel KGaA) den Workshop »Konsumgütermarketing« der parallel zu 4 weiteren Workshops interessante Aspekte heutiger Marketingstrategien behandelten. Dr. Middelhoff (Bertelsmann AG) rundete die Veranstaltung ab mit einem Ausblick in das neue Zeitalter der elektronischen Vernetzung und Kommunikation.

Unser Marketing Club bemüht sich ständig um den Ausbau seiner Stärken. »Excellence in Marketing« ist auch für uns ein Motto, um Ihnen, aber auch den Gästen unseres Clubs ständig praxis- und zeitnahe Anregungen zu vermitteln.

Am 5. November 1999 fand daher unsere Jahresabschlußveranstaltung »7 Themen – 7 Gänge« im Queens Hotel in Hagen statt. Die Veranstaltung war wieder ein voller Erfolg und hat deutlich gemacht, daß die Kommunikation aller Mitglieder untereinander ein wesentlicher Erfolgsfaktor des Hagener Marketing-Clubs ist.

Herzlichst, Ihr



Markus Hoffmeister

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubschreiner:

Renate Kämpel
DOUGLAS HOLDING AG
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen
Telefon 023 31/690-366,
Fax 023 31/63602
www.mc-hagen.de

Achtung!

Thema-Änderung: Der Vortrag von Klaus Zimmermann: »Management und Marketing in japanischen Unternehmen« entfällt.

Clubabend am 7. Dezember 1999

Tops und Flops in der Markenführung

Immer wenn man nach Werbeagenturen mit Markenkompetenz gefragt wird, fällt ein Name besonders häufig: Grey. Bei Grey sieht man die Hauptaufgabe darin, Ideen zu generieren, die im Markt sichtbar etwas bewegen. Werbung hat für Grey die Aufgabe, Baustoff für die Markenarchitektur zu liefern. Sie muß Markenwerte auf- und ausbauen, die die Wertschöpfung der Marke hochhalten. Wie gut Grey dies gelingt zeigt eine besondere Erfolgsstatistik: Bis heute ging der begehrte »Effie« insgesamt 23mal an die Grey-Gruppe. Eine vergleichbare Erfolgsbilanz hat keine andere Werbeagentur in Deutschland.

Der Referent des Clubabends am 7. Dezember Bernd M. Michael wird uns Einblick in die Arbeit von Grey geben und anhand von Beispielen die Tops und Flops in der Markenführung erläutern. Bernd M. Michael begann seine Karriere 1960 mit

einer Lehre als Werbekaufmann. Anschließend Studium an der Bayerischen Akademie der Werbung, München. Von 66–72 war er Kontakter, Etat-Direktor und Gruppenleiter bei WerbeGramm in Düsseldorf, von 72–78 Geschäftsführer Marketing-Beratung bei Gramm & Grey, 78–83 Hauptgeschäftsführer bei Grey Düsseldorf und ab 1983 Geschäftsführender Gesellschafter der Grey Gruppe Deutschland.

Seit 1991 ist Bernd M. Michael Geschäftsführender Gesellschafter Grey Middle Europe und seit 1996 Deputy Chairman Grey Europe, Middle East, South Africa. Sein Vortrag ist ein weiteres Highlight des Jahres!



Clubabend am 7. Dezember 1999

Der MC Hagen und Foto Kühle laden ein ins Queens Hotel Hagen

Vor mehr als 50 Jahren gegründet, entwickelte sich das Unternehmen, über Zwischenstufen in der Porträtfotografie und im Fotohandel, verstärkt in Richtung Werbefotografie.

Nach dem Bau eines eigenen Betriebsgebäudes im Jahr 1972 wurde es möglich, auf 100m² Studiofläche mit modernster Gerätetechnik und eigenem Fachlabor, auch anspruchsvollste Aufgaben zu realisieren. Der allgemeine Strukturwandel und das Aufkommen neuer Medien führte zur Erweiterung des Dienstleistungsangebotes über Audio-Vision zum Videofilm und der elektronischen Bildverarbeitung.

Heute hat bei Foto Kühle die digitale Fotografie und die Verarbeitung digitaler Bilddaten höchsten Stellenwert. Mehr als 50% aller Aufträge

werden schon jetzt digital abgewickelt.

Seit 8 Jahren sponsert Foto Kühle die Bilder für den Dialog. Die Herstellung dieser Pressefotos stellt nur einen kleinen Teil der Leistungspalette dar.

Foto Kühle ist stolz auf seine überwiegend langjährige, partnerschaftliche bis freundschaftliche Kundenbindung durch fachliche Kompetenz, hohen Qualitätsstandard, absolute Zuverlässigkeit und persönliches Engagement.


MARKETING-CLUB
HAGEN E.V.

Zu Gast bei...

FOTO KÜHLE
Werbefotografie
Film- u. Medienproduktion

Der nächste Termin für den
ClubTable im Arcadeon:
24. November 1999, um 18.30 Uhr.

ClubTable im Arcadeon

An dieser Stelle wollen wir Sie auch wieder auf den kommenden ClubTable im Arcadeon hinweisen. Hier sind alle Mitglieder und Interessierten herzlich eingeladen, in lockerer Atmosphäre Marketing-Themen zu diskutieren und sich dabei näher kennenzulernen.



Impressum

Konzept und Realisation:
CPC-Werbeberatung, Herdecke
Foto Kühle, Hagen
Werbestatt Wiesemann GmbH,
Hagen

Redaktion:
Angela Dietzel

Achtung!

Die Mitgliederversammlung findet direkt vor dem nächsten Clubabend am 7. Dezember 1999 um 18.00 Uhr im Queens Hotel statt.

intern

Liebe Clubmitglieder,

bitte freuen Sie sich mit mir auf den Referenten Bernd M. Michael, Managing Partner und Chief CEO der Agenturgruppe Grey Middle Europe und Deputy Chairman von Grey Europe!

Nach seiner Lehre als Werbekaufmann bei der Agentur Carl Gabler in München hat

Bernd M. Michael an der bayrischen Akademie der Werbung studiert. Er gilt als Fachmann für Werbung schlechthin, hat er sich doch sein ganzes Berufsleben intensiv mit diesen Fragen beschäftigt.

Am 7. Dezember wird er in seinem Thema »Tops und Flops in der Markenführung« anschauliche Beispiele aus der Praxis des Aufbaus von Marken bringen.

Ich bin sicher, daß der letzte Marketing-Clubabend dieses Jahrhunderts aufgrund des interessanten Themas sowie des sachkundigen Referenten eher zu den Tops als zu den Flops unserer Veranstaltungen zählen wird!

In Vorfreude auf Ihr zahlreiches Erscheinen grüßt Sie herzlich

Ihr

Bernd Pederzani

Fortsetzung von Seite 1

Weil es so schön war – Motto 1999 – nach 10 Jahren MC Hagen noch einmal die Höhepunkte genießen:

- ◆ Die Clubveranstaltung im Cinestar wurde zur besten des Jahres 1999 gewählt.



- ◆ Ein Hidden Champion des Clubs war Dr. Klaus Fehske mit seinem Vortrag über »Marketing in der Apotheke«.



- ◆ Die angenehme Clubatmosphäre ist einer der wichtigsten Gründe, warum Mitglieder zum MC Hagen kommen.

- ◆ Die geplante Beitragssenkung für junge Mitglieder eröffnet auch Newcomer die Chance, am Clubleben teilzunehmen.

- ◆ Das neuen Partner-Konzept soll die Partner der Mitglieder im gewünschten Maße in die Aktivitäten des Clubs einbeziehen.

- ◆ Das neue Gäste-Konzept soll aus den Reihen der Gäste mehr Mitglieder für den MC Hagen gewinnen.



- ◆ Die Finanzen des Clubs sind gesund!



- ◆ Der neue Internet-Auftritt des MC Hagen veranlaßte spontan 20 Clubmitglieder für ihre Unternehmen einen Werbeplatz auf der Web-Site zu sichern.

Wer als Mitglied des MC Hagen noch mehr tun möchte, als Genießen und Erleben, der kann vielleicht als Beiratsmitglied aktiv mitmachen.

An dieser Stelle möchten wir Sie nochmals an die Mitgliederversammlung am 7. Dezember 1999 erinnern!

Wir suchen interessierte Mitglieder, die die Clubarbeit aktiv mitgestalten möchten. Vorschläge können Sie ab sofort beim MC Hagen unter der bekannten Adresse einreichen. 



Natürlich Iserlohrer.



GROHE

WASSSERTeCHNOLOGIE



... und noch ein ganz wichtiger Hinweis:



Der Termin des Neujahrsempfangs und der Verleihung des 8. Hagerer Marketing-Preises verschiebt sich auf Freitag, den 21. Januar 2000, 18.30 Uhr in der SIHK zu Hagen.

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

Geschäftsstelle/Sekretariat:

Renate Kumpel

DOUGLAS Media & Werbeagentur GmbH

c/o DOUGLAS HOLDING AG

Kabeler Straße 4

58099 Hagen

