

Ein Abend mit Pfiff – bei »Sieben Themen – Sieben Gänge« war die Stimmung groß.

Die Aussicht auf spannende Themen und kulinarische Köstlichkeiten hatte rund 130 Clubmitglieder am 10. November 2000 ins Mercure Hotel gelockt und am Ende sollten die mitgebrachten Erwartungen für die Gäste in hohem Maße in Erfüllung gehen.



Obwohl die beliebte Veranstaltung des MC Hagen bereits zum dritten Male stattfand, erlebten die Anwesenden auch dieses Jahr wieder einmal viel Neues und Überraschendes.

Durch eine selbstgewählte Sitzordnung fand man sich in geselliger Runde mit »bekannten Gesichtern« wieder und inmitten der französischen Tischdekoration konnte man eine Kamera entdecken, die dazu dienen sollte, die Eindrücke am eigenen Tisch durch Bilder festzuhalten. Im Laufe des Abends wuchs mit der Stimmung auch die Lust auf das Fotografieren, und so wird der eine oder andere Schnappschuss bald im Internet zu bewundern sein.



Die richtige Stimmung entstand dann durch die pfiffige Idee von Claus Peter Claudy. Die Clubmitglieder wurden nicht nur um einen Applaus für die Sponsoren des Marketing-Clubs gebeten, sondern mussten vielmehr für die Spender kräftig trommeln, trampeln und pfeifen. Mancher Gast, der vom gesponserten Wein und Bier schon müde geworden war, lief so zu neuer Höchstform auf und kein Sponsor konnte sich darüber beklagen, dass seinem Beitrag nicht genügend Aufmerksamkeit geschenkt wurde.



Auch dieses Jahr fand die beliebte Präsentation »Best of Cannes Rolle 2000« einen besonderen Beifall.

Thomas Selter hatte wieder sein »glückliches Händchen« bei der Auswahl der Werbespots unter Beweis gestellt und so konnte man u.a. herzlich über die Einsamkeit der Deolosen, den



Lyrexeffekt und ein missglücktes Golf-training lachen.



Das Resümee des Abends lautet wie immer: Wer nicht dabei war, hat was verpasst.

Ein gutes Essen, wertvolle Informationen, Spaß und Unterhaltung und vor allen Dingen das gute Gefühl, Mitglied in einem Club zu sein, der nicht nur über Marketing zum Anfassen redet, sondern der Marketing zum Anfassen macht!



Im Schnitt sind die Referenten

Auch bei ihren Vorträgen kamen die Referenten nicht um das Thema Internet herum, denn leider nutzen die Clubmitglieder die Web-Seiten und speziell das Internet-Forum des MC Hagen immer noch zu wenig. Deswegen auch an dieser Stelle noch einmal der dringende Appell an alle Mitglieder:

Besucht nicht nur die Clubabende, sondern stellt euren Kommentar dazu auch ins Forum!



Ausgewählte Aktionsfotos des Abends unter www.mc-hagen.de zum Anschauen und Download!

Schaufensterbummel an Halloween

Schaurig war eigentlich nur das Wetter an diesem 31. Oktober 2000, dem Tag, an dem viele die bösen Geister zu vertreiben suchten. Gemütlicher ging es da im Karl-Ernst-Osthaus-Museum zu, dem Ort, an dem der Marketing-Club sein »Unwesen« trieb.



Nicht hohle Kürbisse wurden dort mit Licht gefüllt, sondern helle Köpfe mit einleuchtenden Beispielen, wie relevant die visuelle Kommunikation über das Schaufenster auch im Medienzeitalter für Stadt und Handel ist.



Der gute alte Schaufensterbummel – den »offene« Schaufenster vergeblich zu ersetzen suchen – hat für viele interessierte Kunden selbst bei Nieselregen kaum etwas von seiner Anziehungskraft verloren. Insbesondere dann nicht, wenn phantasievolle Schaufenster und begehrte Produkte locken. Mit über 80 Teilnehmern und fast 100 überraschend und attraktiv dekorierten Schaufenstern gaben die verschiedenen Branchen in Hagen Einblick in ihr Warenangebot. Bei einem Bummel durch die Stadt Hagen kann man sich auch nach dem 5. November, dem offiziellen Ende des Schaufensterwettbewerbs, eine Fülle von Geschenkideen für das bevorstehende Weihnachtsfest holen. Und wem dann doch ein wenig kalt



wird, der kann im Karl-Ernst-Osthaus-Museum weiterbummeln.

Historische Fotografien von Schaufenstern aus den verschiedenen Epochen und originale Schaufensterpuppen aus dem neuerworbenen Archiv des Bundes Deutscher Schauwerbegestalter wecken Erinnerungen und auch Verwunderung darüber, wie sich die Zeit und mit ihr auch die Schaufensterdekoration geändert hat. Die Frage nach dem entweder Computer-Bildschirm oder Schaufenster stellt sich im übrigen nicht, denn beides wird sich ergänzen. Das Surfen



durch virtuelle Schaufenster wird bald ebenso zum Alltag gehören, wie der Schaufensterbummel durch die City. Beispiele hierfür wird uns das für Hagen geplante Museum für Visuelles Marketing geben, das u.a. die Internet-Präsentation virtueller Schaufenster von Hagener Unternehmen beinhalten wird.


Wer an diesem 31. Oktober 2000 doch lieber eine Halloween-Party als das Karl-Ernst-Osthaus-Museum besucht hat, der hatte die Gelegenheit, sich am Computer über ansprechende und verkaufsfördernde Warenpräsentationen zu informieren.

Stimmungsvoller als der virtuelle Bummel



durch die schöne Welt des Warenangebots ist aber in jedem Fall ein Gang durch Hagens City – gerade jetzt in der Vorweihnachtszeit.



Also, frei nach dem Motto »Es gibt kein schlechtes Wetter, nur falsche Kleidung«, raus aus der warmen Stube und hin zu den hell erleuchteten Schaufenstern mit all den Dingen, die das Leben schöner machen. Ob allein, zu zweit oder mit der ganzen Familie, ein Schaufensterbummel ist immer eine lohnende Aktion. 



intern

Liebe Mitglieder und Freunde des MC Hagen,

so ein Jahr geht ziemlich schnell vorüber; ich denke, wir alle machen dieselbe Erfahrung. Dennoch passiert in einem solchen Zeitraum erstaunlich viel: Themen, Kunden, Märkte und Anforderungen verändern sich.

Wir merken nur viele derartige Dinge und Veränderungen, die für uns ein z.T. immenses Potential für neue Erfolge bieten könnten, gar nicht oder oft nicht schnell genug.

Liegt es daran, dass wir vielleicht durch den ganzen beruflichen Alltagsstress oftmals die berühmte Distanz und den Blick für das Wesentliche verlieren?

Clubabend am 5. Dezember 2000

Der MC Hagen und die Firma Randstad luden ein

Randstad ist ein internationales Unternehmen für flexible Personalkonzepte und in Deutschland Marktführer der Branche. Seit 40 Jahren bietet Randstad Unternehmen und Institutionen aller Branchen und Bereiche Lösungen für ein modernes Personalmanagement und Menschen in aller Welt einen attraktiven Arbeitsplatz. Als Tochtergesellschaft der niederländischen Randstad Holding nv ist Randstad in allen wichtigen Wirtschaftsregionen Deutschlands vertreten. In über 270 Niederlassungen in rund 185 Städten erfüllen mehr als 1.500 Mitarbeiter die Wünsche der Kunden und erarbeiten im gemeinsamen Dialog individuelle Lösungen. Täglich sind über 23.000 überbetriebliche Mitarbeiter in Büro und Verwaltung, Gastronomie, Gewerbe, Industrie und Dienstleistungen im Kundeneinsatz. Über die klassische Arbeitnehmerüberlassung hinaus ist Randstad gleichzeitig zuverlässiger und starker Partner, überall dort, wo es um die Planung flexiblen Personaleinsatzes geht. Vom Projektmanagement über Outsourcing bis hin zu Inhouse-Lösungen. Mit den Branchenschwerpunkten Manufacturing, Automotive, Medi@com, Process Industries, Office & Finance und Logistic & Services sowie durch die Erweiterung um die zukunftsweisenden Geschäftsbereiche Randstad Callflex, Randstad IT-Services und Randstad Workteams hat Randstad das Prinzip Zeitarbeit weiterentwickelt.



MARKETING-CLUB
HAGEN E.V.
Zu Gast bei...

randstad

Aus diesem Grund ist eine regelmäßige Auszeit, in der bewusst nicht das eigene Unternehmen im Fokus steht, immens wichtig. So eine Auszeit vom Alltagsstress mit Erfolgswirkung bieten die monatlichen Clubabende.

Auch wenn es zeitlich nicht immer leicht fällt, Sie profitieren dafür durch die Teilnahme an diesen monatlichen Clubabenden beim Marketing-Club Hagen in mehrfacher Hinsicht:

Sie erleben einen ungezwungen und anregenden Abend mit zahlreichen vertrauten und neuen »Gleichgesinnten«. An jedem Clubabend berichtet ein interessanter und kompetenter Referent über aktuelle Themen, die meistens die marketingorientierte Unternehmensführung betreffen. Durch diese z.T. branchenfremden Vorträge durchbrechen Sie Ihre eigenen Scheuklappen und Sie lassen sich positiv inspirieren. Und es ist immer wieder erstaunlich, welche Probleme und Lösungen bereits in anderen Unternehmen existieren, die uns vielleicht heute oder morgen erst bewusst konfrontieren.

Dass der MC Hagen Nutzen bringt, erleben wir durch Ihren Zuspruch und die permanent wachsenden Teilnehmerzahlen. Wie zuletzt beim Clubabend von Dr. Norbert Blüm mit

einem Rekordbesuch von fast 200 Mitgliedern und Gästen, die absolut begeistert waren über die Ausführungen des Referenten und die anschließend beim Imbiss selbst erlebten Diskussionen und Small Talks untereinander. Ein, wie ich finde, unvergesslicher Abend.

Profitieren auch Sie und lassen Sie sich unseren Neujahrsempfang am 23. Januar 2001 in der SIHK zu Hagen nicht entgehen. Sie erleben den Startschuss eines wiederum interessanten und nutzbringenden Clubjahres.

Wir freuen uns auf Sie.

Bis dahin wünsche ich allen Mitgliedern und Freunden ein geruhsames Weihnachtsfest und einen erfolgreichen Start in das neue Jahr.

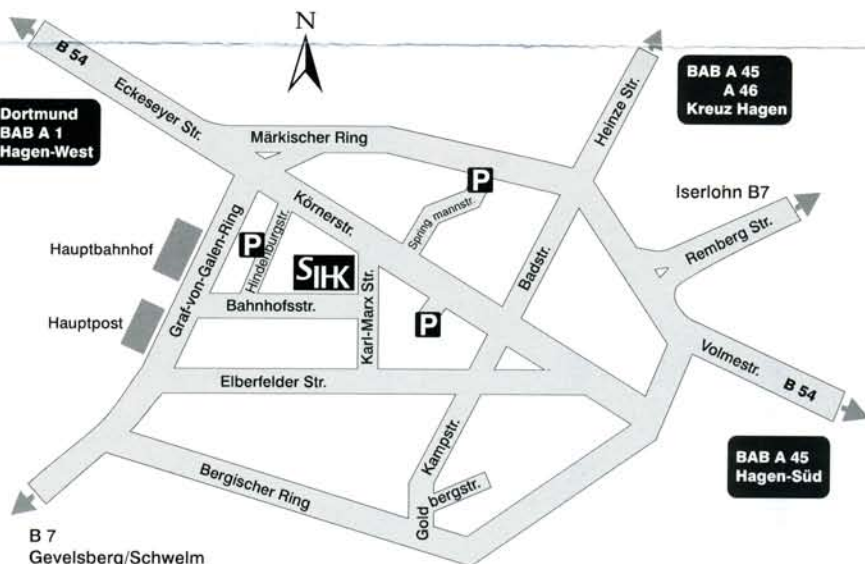
Herzlichst, Ihr

Albert Hirsch

Clubabend am 23. Januar 2001

Neujahrsempfang des MC Hagen und Verleihung des 9. Hagener Marketingpreises

Wir freuen uns, Sie hiermit recht herzlich zum traditionellen Neujahrsempfang am 23. Januar 2001 in die Räume der SIHK zu Hagen einladen zu können. Im Rahmen dieser Veranstaltung findet die Verleihung des 9. Hagener Marketingpreises statt. Einlass ist wie gewohnt um 18.30 Uhr. Eine gesonderte Einladung zum Neujahrsempfang mit ausführlichem Programm geht allen Mitgliedern des MC Hagen noch mit der Post zu. Bitte melden Sie sich und Ihre Begleitung mit dieser Einladung rechtzeitig zu dieser besonders beliebten Veranstaltung an. Wir freuen uns darauf, Sie im neuen Jahr begrüßen zu dürfen und Ihnen den neuen Preisträger in angenehmer Atmosphäre vorstellen zu können.



randstad

Norbert Blüm: »Kundenwünsche antizipieren. Marktlücken vorausschauend erkunden.«

Das war Rekord. Über 200 Mitglieder und Gäste waren am 5. Dezember 2000 der Einladung des MC Hagen gefolgt, um Norbert Blüm live zu erleben und seinen Vortrag »Wirtschaftserfolg in Deutschland durch marketingorientierten Mittelstand« zu hören.



Norbert Blüms Vortrag war vor allem ein Plädoyer für mehr Menschlichkeit, Freundlichkeit und Miteinander. Zum richtigen Einsatz von Kopf, Herz und Hirn. Er stellte ganz klar

den »Produktionsfaktor Mensch« in den Mittelpunkt unternehmerischen Denkens und Handelns. Der Produktionsfaktor Mensch muss gepflegt, qualifiziert und motiviert werden. Denn er ist und bleibt unersetzlich.



Völlig überholt ist nach Ansicht von Norbert Blüm im Zeitalter von Internet und Datenautobahnen die alte Weisheit: »Lerne in der Jugend, dann hast du genug für den Rest deines

Lebens«. Denn es ist erwiesen, dass Wissen innerhalb von nur 5 Jahren veraltet. Vielmehr ist lebenslanges Lernen, Lernen lernen und Lernen des Verlernens überholten Wissens notwendig, um in Zukunft auf der Höhe der Zeit zu bleiben.

Auch forderte Blüm ganz klar die Chancengleichheit für alle Arten von Begabungen. Er plädierte dafür, wieder »einfache« Berufe in die Unternehmenskonzepte aufzunehmen, und damit Arbeitsplätze zu schaffen.



Eine weitere unternehmerische Pflichtaufgabe ist laut Norbert Blüm die laufende Qualifizierung und Motivation der Mitarbeiter. Leistung muss sich lohnen. Im

wahrsten Sinne des Wortes durch angemessene Löhne und durch die Möglichkeit, selbstständig und eigenverantwortlich arbeiten zu können.



Viele Verantwortlichkeiten können durchaus »nach unten« verlegt werden. Außerdem darf es nach Ansicht von Norbert

Blüm nicht länger ein Manko sein, wenn Unternehmen und Mitarbeiter sich die Treue halten. Heuern und feuern schafft keine Motivation. Und eine totale Mobilisierung der Welt – Arbeitnehmer ohne Heimat, ohne Familie und ohne Nachbarschaft – kann nicht die Zukunft sein. Gerade der Mittelstand hat laut Blüm die große Chance, personensorientiert zu



arbeiten und kleine effektive Einheiten zu schaffen, statt einen großen Einheitsbrei.

Der alte Spruch »Der Kunde ist König« gilt heute mehr denn je. Wer Kundenwünsche antizipieren und Marktlücken vorausschauend erkunden kann, dem gehört die Zukunft. Maßgeschneiderte Lösungen, ein gutes soziales Image und vor allem Freundlichkeit im Umgang miteinander und mit den Kunden, das ist, laut Norbert Blüm, das, was ein erfolgreiches mittelständisches Unternehmen ausmacht und in Zukunft weiterbringt. Unternehmerische Tugenden, die nicht



neu sind, dafür aber so aktuell wie nie zuvor – Norbert Blüm brachte sie auf den Punkt:

- ◆ Ein gutes soziales Image pflegen
- ◆ Maßgeschneiderte Lösungen anbieten
- ◆ Marktlücken vorausschauend erkunden
- ◆ Kundenwünsche antizipieren
- ◆ Mitarbeiter binden, motivieren, qualifizieren
- ◆ Freundlichkeit zum obersten Gebot machen
- ◆ Optimistisch denken und handeln



Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Renate Kämpel
DOUGLAS HOLDING AG
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen
Telefon 0 23 31/690-366,
Fax 0 23 31/6 36 02
www.mc-hagen.de

Impressum

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

Redaktion:
Angela Dietzel