

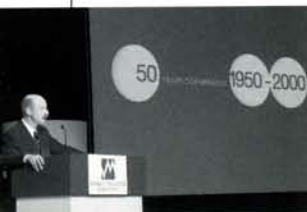
MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband

Berufsverband des Marketing-Managements

Von der Badarchitektur zur Badkultur: Die Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG erhielt den 9. Hagener Marketingpreis

Die Dornbracht Armaturenfabrik aus Iserlohn hatte innerhalb kurzer Zeit gleich zwei Gründe zu feiern: Im Jahr 2000 ihr 50-jähriges Jubiläum und im Jahr 2001 den Gewinn des 9. Hagener Marketingpreises. Überreicht wurde dem »jungen Unternehmen mit Tradition« der Preis am 23. Januar im Rahmen des Neujahrsempfangs des Marketingclubs Hagen.



Mit der Erfindung des ausziehbaren Auslaufes legte Dornbracht 1950 den Grundstock des Erfolgs. Mit Luxus-Armaturen wurde der internationale Markt erobert. Die Einführung

von hochwertigem Design in der Badgestaltung prägte ein neues Marktsegment. Heute ist Dornbracht »Die Marke mit der kulturellen Kompetenz«, wofür ihr die Jury des MC Hagen den 9. Hagener Marketingpreis zusprach. Kulturelle Kompetenz, das heißt für Dornbracht Räume zu öffnen und das Bad aus seiner rein Nutzen orientierten Begrenztheit zu lösen. Die Vision des Bades als Erlebnisraum bestimmt dabei den Anspruch des Unternehmens. Seit einigen Jahren engagiert sich Dornbracht darüber hinaus im



Bereich Kunst und Kultur und lässt unter dem Titel »Statements« Künstler, Fotografen und Autoren regelmäßig die Kultur des Bades in allen Facetten neu in Szene setzen.

Hervorragend inszeniert war daher auch die Präsentation des Preis-

trägers mit vielen eindrucksvollen Bildern und der Diskussion im illustren Kreis, der am Erfolg des Unternehmens beteiligten Persönlichkeiten. Allen voran Geschäftsführer Andreas Dornbracht, der zu recht stolz auf die Erfolge des Familienunternehmens ist und den Preis stellvertretend für alle Mitarbeiter entgegennahm.

Der Marketingpreis pur: Symbol für ein gewachsenes Unternehmen mit Transparenz und Klarheit in Wort und Tat.

Für einen Preisträger mit soviel Kompetenz in Sachen Design und Kunst musste natürlich auch der Marketingpreis etwas ganz besonderes sein. Trotz krankheitsbedingtem Handicap hatte sich Arwed Fritsch selbst übertroffen und einen Preis geschaffen,



der nicht das war, was er auf den ersten Blick zu sein schien.

Claus Peter Claudy löfnete das Geheimnis mit dem »magischen

Marketing-Stab« und führte die Anwesenden von der dunklen Seite der Macht, »macht einen Vorschlag«, zur strahlenden Präsentation eines Unternehmens, dem es durch eine zündende Idee gelungen ist, die Menschen für seine Produkte zu entflammen.

Lebenslanges Lernen durch und mit dem Erfolg anderer!

Die Bedeutung zündender Ideen für die Region Südwestfalen hob auch der Gastgeber des Abends, der Geschäftsführer der SIHK, Hans-Peter Rapp-Frick, hervor. Für die Stadt Hagen komme es jetzt entscheidend darauf an, neue Ideen zu entwickeln und dabei ein umsichtiges und weit-sichtiges Marketing zu machen. Solidität und Seriösität verbunden mit Mut und Kreativität, sei das Fundament für das Wachstum der Unternehmen in der Region und die Basis für eine im Sinne der Menschen gestaltete Zukunft.



»Welcome to the Club«

Clubpräsident Dr. Markus Hoffmeister nutzte seine Redezeit dazu, die Bedeutung einer Mitgliedschaft im Marketing Club hervorzuheben. Wer in den Club eintrete, der gehöre zu einem



Fortsetzung auf Seite 2

Fortsetzung von Seite 1



Kreis von Unternehmern, die sich durch Offenheit, Mobilität, Flexibilität und Ideenreichtum auszeichnen. Jedes einzelne Mitglied spielte dabei eine ganz besondere Rolle, weil es durch seine

individuellen Beiträge zum Clubleben Dynamik in den Club bringe und ihn zu einer mobilen Größe mache.

Wer am schnellsten reagiert, hat die Nase vorn!

Flexibilität, Mobilität und Ideenreichtum war auch das Thema von Oberbürgermeister Wilfried Horn. Für die Stadt Hagen gelte



im gleichen Maße wie für die Unternehmen der Region, den Strukturwandel und die damit einhergehende Krise als Chance zu sehen. Für ihn ist Marketing zur Philosophie und zur Triebfeder für Veränderungsprozesse geworden.

MC – Kürzel für »Mega Chancen« und »Motivierte Charaktere«!

Eine amüsante und interessante Angelegenheit waren die Wortspielereien mit dem Kürzel MC von Thomas Selter. So wurde aus dem MC für Marketing Club u.a. Makro Communication, Mega Chancen, Mediale Crew und Motivierte

Charaktere. Stellvertretend für die »Mittelmäßigen Casanovas« des Clubs forderte er insbesondere die Damen auf, die Frauenquote des Clubs zu verbessern und Mitglied im MC Hagen zu werden. Als guten Grund für eine Mitgliedschaft stellte er das Jahresprogramm 2001 vor, das wieder eine Reihe von Highlights in sich birgt und zur Freude vieler Mitglieder durchgängig am »ersten Dienstag« eines jeden Monats stattfindet.



Die Jury als leuchtendes Beispiel für aktive Clubarbeit!

Ins rechte Licht rückte Claus Peter Claudy in diesem Jahr die Mitglieder der Jury zur Verleihung des Marketingpreises. Allesamt aktive Clubmitglieder, die sich trotz starkem beruflichen Engagement viel Zeit nehmen, objektiv über die Wahl des Marketingpreisträgers zu diskutieren und zu entscheiden.



Das »Beste« zum Schluss

In der vom Preisträger inszenierten Ausstellung konnten sich die interessierten Gäste einen zusätzlichen Einblick ins Unternehmen Dornbracht verschaffen und wie immer warten zum guten Schluss ein hervorragendes Buffet und gut gekühlte Getränke auf die Teilnehmer des Abends. Wer bei den Gesprächen ein wenig Mäuschen spielen durfte, für den gab es auch noch einen Ohrenschaus. Mitglieder und Gäste waren begeistert über die Vorträge und über die Präsentation des Unternehmens Dornbracht, dem 9. Hagener Marketingpreisträger!



Wer in diesem Jahr nicht dabei war:

Im nächsten Jahr gibt es den 10. Hagener Marketingpreis! Vorschläge für einen Preisträger werden ab sofort entgegen genommen und dabei zu sein lohnt sich für alle!

Unser Forum hat einen neuen Anstrich!

Auf der Jahresabschluss-Veranstaltung 7 Themen – 7 Gänge hatte Herr Fitting darauf hingewiesen, dass sich die Forum-Seite beim Internet-Auftritt des MC Hagen grundlegend ändern wird.

Jetzt ist es endlich so weit!

Im Forum für Marketing haben alle Nutzer jetzt die Möglichkeit, Beiträge zu drei verschiedenen Themengebieten zu veröffentlichen:

- ◆ Der Kommentar zum Clubabend
- ◆ Professor Lieses Marketingfrage
- ◆ Marketingbeitrag von Mitgliedern für Mitglieder

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Renate Kämpel
DOUGLAS HOLDING AG
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen
Telefon 02331/690-366, Fax 02331/63602
r.kuempel@douglas-holding.de
www.mc-hagen.de

Clubabend am 6. Februar 2001

Der MC Hagen und die Firma IKON Office Solutions GmbH luden ein

Die IKON Office Solutions GmbH ist einer der größten herstellerunabhängigen Dienstleister und Anbieter von Bürokommunikation. Weltweit setzt das amerikanische Unternehmen mehr als fünf Milliarden US-Dollar um und hat über 400.000 Mitarbeiter. Unsere Filiale in Hagen an der Steinhäuserstraße 36–38 ist seit 1998 Teil der IKON Office Solutions GmbH. Aber bereits seit 1939 sammeln wir, zuvor als Carl Meister, später innerhalb der Gerlach Gruppe, (Köln seit 1966) Erfahrungen auf diesem Gebiet. Im Jahr 2000 eröffneten wir eine Zweigstelle in Münster. Insgesamt sind in Münster und Hagen 40 Angestellte beschäftigt. Durch den Einsatz von 15 Service-Technikern sind wir in der Lage, einen reibungslosen Ablauf rund um den Service zu garantieren.

Impressum

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

Redaktion:
Angela Dietzel

Zu unserem Kundenkreis gehören u.a. die Stadtwerke Hagen, die Stadtparkasse Hagen, die Stadtverwaltung Hagen sowie die Stadt Breckerfeld. Neben der Dienstleistung Bürokommunikation, also Kopieren, Faxen, Drucken, Scannen sowie Beratung zum Outsourcing von Druck- und Kopierleistungen, um nur einen Bruchteil unserer Leistungen zu nennen. Außerdem vertreiben wir Kopierer und Plotter jeglicher Art. Unser Tochterunternehmen IKON Office Solutions GmbH Network Services vervollständigt unser Dienstleistungsangebot u.a. mit EDV Hard- und Software, sowie alles vom Design und Support bis zur Installation von Netzwerken incl. Verkabelung. Auch hier bieten wir einen Full-Service durch eine eigene Service Abteilung.



Zu Gast bei...



intern

Liebe Clubmitglieder,

ich möchte noch einmal dem Gewinner des 9. Hagener Marketingpreises gratulieren. Die Firma Dornbracht hat ihr Konzept hervorragend vertreten und mit den Beratern des Unternehmens eine sehr interessante Art der Präsentation für unseren Club gewählt.

Dornbracht und die Unternehmen unserer Region sind ein Netzwerk funktionierender Wirtschaftseinheiten. Sie haben regionale Bedeutung und internationale Ausstrahlung. Unser Club als Teil der Stadt Hagen, ist auch ein Wirtschaftsfaktor unserer Region, der er sich verbunden fühlt. Die Engländer sagen »Welcome to the club« und nicht »Welcome in the club«. Das »to« beschreibt dabei die Richtung, also die Richtung in eine Gemeinschaft, die sich durch die Aufnahme eines neuen Mitgliedes verändert. Jedes Mitglied in einem Club stellt somit eine Bewegung dar, es verhindert Statik, Verharren, Festhalten oder Immobilität. Wir möchten in unserem Club immer wieder neue Mitglieder begrüßen. Die Mitglieder unseres Clubs sind keine Statisten oder Platzhalter – sie sind der Club, auf den wir stolz sind.

Unser Club hat in Zeiten der Professionalisierung und der Digitalisierung eine Mission. Der MC Hagen hat die Aufgabe, das Zusammengehörigkeitsgefühl zu stärken, ein nicht-hierarchisch, familiäres Ambiente zu bieten und Know How, Erfahrung und Wissen zu vermitteln. Er ist Ihr Club, er verschreibt sich der Menschlichkeit, der Information, dem Lernen aus fremder Erfahrung.

Nutzen Sie diese Chance, arbeiten Sie mit, helfen Sie sich und unserem Club zu wachsen und dieser Bedeutung immer mehr gerecht zu werden. »Welcome to the club«.

Herzlichst, Ihr



Dr. Markus Hoffmeister



Clubabend am 6. März 2001

Der MC Hagen und die Firma Fröhlich & Dörken GmbH laden ein

Die Fröhlich & Dörken GmbH hat ihren Unternehmenssitz in Sprockhövel. Von dort aus bietet sie den Unternehmen seit mehr als 50 Jahren ihre Dienste an. 40 Mitarbeiter sind dafür verantwortlich, dass die Kunden getreu nach dem Motto »Quality in motion« versorgt werden. Als unabhängiges Handelshaus im Bereich Groß- und Außenhandel beliefert die Fröhlich & Dörken GmbH Erstausrüster (OEM) und Unternehmen im Bereich Instandhaltung (Aftermarket) und Metallbearbeitung. Die angebotene Produktpalette setzt sich aus den Bereichen Antriebstechnik, Zerspanungstechnik, Maschinen und Handwerkzeugen zusammen. Als Unternehmen, das mit der Zeit geht, baut die Fröhlich & Dörken GmbH nicht ausschließlich auf die traditionellen Vertriebswege, wie Außendienst und Messen, sondern treibt gezielt die Entwicklung moderner Technologien wie E-Commerce und Telefonmarketing voran. Grundsätzlich hat sich die Fröhlich & Dörken GmbH zum übergeordneten Ziel gesetzt, die Qualität zu liefern, die der Kunde braucht.



Clubabend am 6. März 2001

Unternehmenserfolg und Lebenszyklus von Produkten

Den Blickwinkel »Produktentwicklung - ein undemokratischer Prozess, basierend auf der Vision eines einzelnen« wird Herr Siegfried Kolbe der Inhaber des Berliner Planungsbüros Kolbe & Seckles an diesem Abend an einem eingängigen Beispiel erläutern. Nach erfolgreichem Architekturstudium und verschiedenen Zwischenstationen in renomierten Unternehmen gründete Herr Siegfried Kolbe 1989 das Planungsbüro Kolbe-Sekles in Köln und schon drei Jahre später ein Zweigbüro in Berlin. Eine komplette Konzentration der beiden Büros fand 1999 im Standort Berlin statt. Wenn Innovationsfähigkeit, Schnelligkeit, Kreativität, Trendsetting und Entwicklungsfähigkeit zentrale Begriffe für zukünftigen Unternehmenserfolg darstellen, dann bilden neue Produkte und Verfahren und neue Ideen im Dienstleistungsbereich das anfassbare Ergebnis all dieser Fähigkeiten. Wie dies gesteuert und gefördert wird, welche Beispiele es für die Verknüpfung zwischen Innovationsfähigkeit und Unternehmenserfolg gibt, erfahren Sie am 6. März in Ihrem Marketingclub. Tun Sie etwas für das Überleben Ihrer Firma oder als Dienstleister für das Überleben Ihrer Kunden und lernen Sie am 6. März aus fremder Profi-Erfahrung.



MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

Geschäftsstelle/Sekretariat:

Renate Kümpel

DOUGLAS Media & Werbeagentur GmbH

c/o DOUGLAS HOLDING AG

Kabeler Straße 4

58099 Hagen

Das »Cluster-Prinzip«. Eine Chance für die Region.

»Es darf nicht wie bisher darum gehen, Schwächen zu kompensieren, sondern es muss darum gehen, Stärken zu stärken. Es gilt herauszufinden, wo kompetitive Vorteile vorhanden sind, denn es geht dem Land am besten, das die meisten international wettbewerbsfähigen Kompetenzregionen hat.«

Dies sind die Hypothesen von Martin Stuchtey, Berater bei der Unternehmensberatung McKinsey.

Was man tun kann, um eine solche Kompetenzregion zu schaffen, erläuterte er am 6. Februar 2001, dem ersten Clubabend dieses Jahres, überaus kompetent.



Anstelle von Kompetenzregion verwendete er den Begriff »Cluster«, der vor allem auch in der Computertechnik und in der Mobilkommunikation gebräuchlich ist. In der Computerwelt versteht man unter einem Cluster eine Rechnerinheit, die eine zusammenhängende Gruppe von Terminals oder Workstations steuert. Übertragen auf eine Region bedeutet dies, dass sie ihr Wachstum gezielt steuern kann, indem sie Ideen, Talent, Kapital und Trade Networks zusammenführt. Als gutes Beispiel für einen erfolgreichen »cluster selection process« führte Martin Stuchtey die VW Autostadt Wolfsburg und die Entwicklung der Stadt Dortmund an. In Wolfsburg und Dortmund wurde mit Hilfe von McKinsey analysiert, welche Stärken in der Region vorhanden sind. Das Ergebnis wurde wiederum zur Entwicklung der Autostadt bzw. des Reinraum-Konzepts in Dortmund genutzt.



Hagen gehört laut Stuchtey zu den Regionen mit einer rückläufigen Entwicklung, was sich darin zeigt, dass bereits seit Jahren Arbeitsplätze

verloren gehen. Um wieder auf die Gewinnerseite zu kommen, schlug Stuchtey für Hagen folgende Ansatzpunkte vor:

- ◆ Für Ideen stehen
- ◆ Hohe Ziele anstreben, die attraktiv für viele sind
- ◆ Stärken stärken und sich auf Kernkompetenzen konzentrieren
- ◆ Unternehmen vor Ort nutzen
- ◆ Nicht zu langfristig planen, sondern Chancen kurzfristig nutzen
- ◆ Innovationsmaschinen bauen
- ◆ Starke Marken schaffen
- ◆ Institutionen wie Unternehmen managen

Mehr Informationen über die Arbeit von McKinsey lassen sich im Internet unter www.mckinsey.de abrufen.



MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband
Berufsverband des Marketing-Managements

Geschäftsstelle/Sekretariat: Renate Kämpel, DMW c/o DOUGLAS HOLDING AG,
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen, Telefon 023 31/690-366, Telefax 023 31/6 3602

Herrn Dr.
Markus Hoffmeister
Hoffmeister-Leuchten GmbH
Postfach 1820

D - 58505 Lüdenscheid

Bitte zurücksenden als Fax oder als Brief!

An der Marketing-Veranstaltung am
6. März 2001, 18.30 Uhr im Mercure Hotel Hagen
»**Unternehmenserfolg und Lebenszyklus von
Produkten.**«

nehme ich
 allein
 in Begleitung
teil.

Unterschrift