

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

Mit allen Wassern gewaschen – GroheArt.

Prickelnder Sekt, wohlthuende Geigenklänge, liebevoll zubereitete Häppchen – den Clubmitgliedern wurde am sonnigwarmen 3. Juli 2001 bei Grohe in Hemer ein erfrischender Empfang bereitet.



Jürgen Fitting machte seiner neuen Position als Präsident des Marketing-Club Hagen alle Ehre und überraschte seine Gäste bei diesem Marketing-Vor-Ort mit einem abwechslungsreich gestalteten Programm ganz nach Grohe Art. In den ansprechenden Räumen des Design Centrums hielt der Chefdesigner von Grohe, der seit nunmehr 40 Jahren für das Unternehmen tätig ist, zunächst eine flüssige Rede über Design und dessen Bedeutung für das Unternehmen Grohe. Anschließend ließ er seine Zuhörer in die zweite Etage der Ideenschmiede des Hauses Grohe emporsteigen.



Eine Dichterlesung ganz nach Grohe Art.

Dort empfing die Damen und Herren das sanfte Licht weißer Kerzen. Ein großer Holzstuhl stand da inmitten von Glas und Chrom, umrahmt von

weißen Vorhängen. Und auf diesem Stuhl saß ein Mann mit einem Buch. Was konnte das bedeuten? Müsste doch jetzt eine mehr oder weniger trockene Rede über Marketing folgen. Normalerweise schon, doch nicht bei Grohe.

Herr Seeberger, seines Zeichens Schauspieler, zog mit seiner tragenden Stimme die Anwesenden in seinen Bann. Was ist eigentlich Wasser?

Mit viel Pathos überschwemmte Seeberger sein Publikum geradezu mit Gedanken und Metaphern zum Thema Wasser. Es wurde klar, was Wasser alles sein kann und was es für uns ist. Der Quell des Lebens.

Ein Marketingkonzept, das im Erfolg mündet.



Nach einer kurzen Pause kam sie dann aber doch noch, die kein bisschen trockene Rede von Jürgen Fitting. Er erzählte vom Ursprung der neuen Designlinie GroheArt und einem Marketingkonzept, das mit allen Wassern gewaschen ist und mit Sicherheit im Erfolg mündet. Dabei zeigte er die Bilder der neuen Werbekampagne rund um GroheArt. Eine Kampagne, die auf der

Erfolgswelle schwimmt. Tauchten früher vorwiegend reine Produktabbildungen nach dem Motto »The Product is the hero« auf den Werbemitteln auf, so kann man nun beim Betrachten prachtvoll gestalteter Bäder in eine Welt der Phantasie eintauchen. Und Grohe zeigt auch die Menschen dazu. Menschen, die nicht jede Modeströmung mitmachen, sondern auf die Grohe Art des Design Wert legen. So, wie Grohe großen Wert darauf gelegt hat, den Clubmitgliedern einen besonders belebenden Clubabend zu bieten. Es ist gelungen.



intern



Liebe Mitglieder und Freunde des Marketing-Club Hagen,

wie so häufig im Leben gibt es eine gute und eine schlechte Nachricht.

Die schlechte zuerst: Die Sommerpause geht nun so langsam zu Ende und wir befinden uns alle im Wettlauf um das Erreichen unserer persönlichen und beruflichen Ziele für das zweite Halbjahr.

Daraus ergibt sich die gute Nachricht: Am 4. September lädt der Marketing-Club Hagen nach der Sommerpause zum ersten Clubabend ein!

Und das wird ein ganz interessanter und so, wie ich den Referenten persönlich erlebt habe, ein ebenso amüsanter wie kompetenter Vortrag. Das Thema lautet nicht von ungefähr: Der Lustfaktor im Produkt. Ich bin sicher, dass uns dieses Thema und der Referent positiv erfrischen und neu sensibilisieren werden.

Persönlich freue ich mich auch sehr, an diesem Abend wieder sehr viele vertraute und neue Mitglieder zu sehen und mit diesen gemeinsam bei einem Glas Bier und feinen Kanapees den Abend ausklingen zu lassen.

Profitieren auch Sie und lassen Sie sich unsere Clubveranstaltung am 4. September 2001 im Mercure Hotel Hagen ab 18.30 Uhr nicht entgehen. Sie erleben den Startschuss eines wiederum interessanten und nutzenbringenden zweiten Clubhalbjahres. Wir freuen uns auf Sie.

Herzlichst Ihr

Albert Hirsch

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Lydia Dziemba
c/o Innovation Consulting AG,
Bahnhofstraße 38, 58095 Hagen,
Telefon 02331/900-596, Fax 02331/900-591,
dziemba@innovation-ag.de
www.mc-hagen.de

Clubabend am 4. September 2001

Ästhetik – Lustfaktor im Design



Prof. Rido Busse, Jahrgang 34, sagt: »Fast 100 % der Verbraucher, 90 % der Unternehmer und mindestens die Hälfte der Designer definieren den Begriff Design schlichtweg falsch.«

Beim Clubabend am 4. September 2001 wird er folgende Punkte erläutern:

- ◆ warum der Begriff Design oft falsch verstanden wird,
- ◆ warum Design ohne Ästhetik nicht denkbar ist,
- ◆ warum Ästhetik die Kraft ist, aus der unser Gefühlsleben gespeist wird,
- ◆ warum man eine Lustskala aufstellen kann.

Prof. Busse ist Gründer des Designunternehmens busse design ulm. Ein Institut, das heute 70 Mitarbeiter beschäftigt und Produkte für die Industrie bis zum Prototyp entwickelt. Arbeiten aus dem Institut busse design ulm wurden mit dem Bundespreis und über 400 weiteren Designzeichnungen gewürdigt. Wir dürfen gespannt sein, welchen Stellenwert sein Vortrag auf der Lustskala der Clubmitglieder erreichen wird. 

Achtung!

Wir haben für Sie eine zusätzliche, spannende Marketing-Vor-Ort-Veranstaltung im September eingeplant.

Nähere Informationen erhalten Sie separat in Kürze.

Clubabend am 4. September 2001

Der MC Hagen und Corporate Express laden ein

Der Buhrmann-Konzern mit Sitz Amsterdam ist ein international tätiges Handels- und Dienstleistungsunternehmen in den Bereichen Büroprodukte, Grafiksysteme und Papierhandel und erwirtschaftet mit mehr als 26.000 MitarbeiterInnen einen Umsatz von rund 18 Milliarden DM in 30 Ländern.

Was heute weltweit an den Standorten gedacht und entwickelt wird, kann bereits morgen überall umgesetzt und genutzt werden. Individuelle und auf die Anforderungen maßgeschneiderte Service-Konzepte ebenso wie Büro-Komplettlösungen. Corporate Express ist die Division Office Products des Buhrmann Konzerns und

verfügt unter einem weltweit einheitlichen Namen über ein Netzwerk von 400 Standorten in 16 Ländern. Mit 22.000 MitarbeiterInnen wird ein Umsatz von rund 10,9 Milliarden DM erwirtschaftet. In Deutschland, mit der Zentrale in Stuttgart, demonstrieren 53 Standorte flächendeckend Kundennähe mit besten Produkten, außergewöhnlichen Serviceleistungen, e-Commerce-Lösungen und modernster Logistik.

1.900 MitarbeiterInnen sind für Sie in den Vertriebsunternehmen für die Beratung, den Logistikzentren und Servicestationen deutschlandweit tätig. 


MARKETING-CLUB
HAGEN E.V.

*Zu Gast
beim*


Corporate
Express
A Buhrmann Company

Impressum

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

Redaktion:
Angela Dietzel