

VORSCHAU / Anmeldung

Gäste sind top: Lounge in Passage

Let's do business – das Motto des Marketing-Clubs wird beim nächsten Treffen am 8. Mai in einem neuen Veranstaltungsformat mit Leben gefüllt. Gemeinsam mit dem TOP Magazin Sauerland laden wir zur TOP Lounge: einem unterhaltsamen Abend mit Musik und guten Gesprächen.

Besucher sind an diesem Abend nicht nur Clubmitglieder und Gäste, sondern auch Kunden und Partner des TOP Magazin Sauerland. Während bei den Treffen des Marketing-Clubs sonst der Fachvortrag im Vordergrund steht und die Kommunikation untereinander einen eher sekundären Rang hat, ist es bei der TOP Lounge genau umgekehrt. Hier wird – mit Ausnahme einer kurzen Ansprache – keine einseitige Kommunikation von Referent in Richtung Publikum stattfinden. Alle Gäste sind gleich wichtig und werden sich auch so fühlen. Der Gast ist der Star des Abends – nicht der Vortragende, nicht der Gastgeber oder wer auch immer.

Als Ort wurde bewusst das Res-

taurant Milius in der historischen Wippermann-Passage gewählt: Dort gibt es zu Klaviermusik nicht nur erstklassige Verpflegung, sondern vor allem auch jede Menge Raum für Begegnungen und gute Gespräche.

Damit betritt der Marketing-Club Neuland. Grund ist: Mit großem Erfolg entwickeln sich zurzeit in Deutschland sogar Events, bei denen überhaupt keine Bühne aufgebaut, kein Redner gebucht ist und auch kein Rahmenprogramm stattfindet.

Mai-Clubabend TOP Lounge am Dienstag, 8. Mai 2007, 19 Uhr in der historischen Wippermann-Passage, Restaurant Milius, Eilper Straße 71-75, in Hagen-Eilpe.



Sponsor Marketing-Preis Südwestfalen:
DÖRKEN

DOUGLAS HOLDING



IMPRESSUM

Herausgeber
Dialog ist eine Publikation des Marketing-Clubs Südwestfalen e. V., Geschäftsstelle und Club-Sekretariat: c/o Pffiffikus-Agentur Mondhahnstraße 18 • 58762 Altena T 023 52/540 200 • F 023 52/540 205 I www.mc-suedwestfalen.de E info@mc-suedwestfalen.de

Konzept, Layout, Text und Fotografie
Pffiffikus-Agentur

Druck sponsored by
Domröse-Druck GmbH
Schillerstraße 2a • 58089 Hagen
T 02331/9198-0 • F 02331/9198-26

DIALOG

MARKETING-CLUB SÜDWESTFALEN

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband • Berufsverband des Marketing-Managements

Ausgabe April 2007

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

CLUBLEBEN
Zukunftsforum trägt Früchte

INTERN
Neues Format, neue Beziehung

VORSCHAU
Gäste sind Stars bei TOP Lounge



Groß war das Interesse auch nach dem Vortrag. Dr. Kreuz gab auch im Einzelgespräch gern noch den ein oder anderen Tipp zum Querdenken.

MC spendet für Projekt im LUTZ

Über 2500 Euro aus den Reihen des Marketing-Clubs freut sich das LUTZ, die junge Bühne Hagen. Anlässlich der Verleihung des 15. Marketing-Preises Südwestfalen hatte der Club eine Spendenaktion für ein Projekt des Stadttheaters ins Leben gerufen. Auf der Bühne hatten Oberbürgermeister Peter Demnitz und SIHK-Geschäftsführer Hans-Peter Rapp-Frick eine Spardose gebaut. MC-Präsident Thomas Selter legte für den Club 500 Euro hinein, die Besucher spendeten weitere 770 Euro für das Projekt „Ladies Night“. MC-Mitglied Dr. Klaus Fehske, Inhaber der Rathaus-Apotheke, stockte den Betrag auf. Mit PR-Chef Christian Isenbeck übergab er den Betrag an LUTZ-Leiter Werner Hahn.



V.l.n.r.: Dr. Klaus Fehske, Werner Hahn, Christian Isenbeck.

Neu denken

Ein Zahnarzt, der für den Empfang eine Hotelfachfrau einstellt, ein Restaurant, das seine Tischreservierung über ein Call-Center in Indien abwickelt – Business-Querdenker Dr. Peter Kreuz ließ es beim April-Clubabend in den Köpfen seiner Zuhörer kribbeln. Für 60 Minuten entführte er Mitglieder und Gäste im Hotel

Mercure in die Welt von außergewöhnlichen Geschäftsideen und neuem Denken, von erfolgreichen Führungskräften und motivierten Mitarbeitern. Eine paradiesische Wunschvorstellung? – Mitnichten! Anhand zahlreicher Beispiele zeigte Dr. Kreuz, wie es Unternehmen rund um den Globus geschafft haben. (Fortsetzung Seite 2)



MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 0 23 52 / 540 205
www.mc-suedwestfalen.de

ANMELDE-FAX

Am Clubabend „TOP Lounge“ am Dienstag, 8. Mai, um 19 Uhr im Restaurant Milius (Wippermann-Passage) in Hagen nehme ich teil.

Absender (bitte Druckbuchstaben):

mit Gast: _____

Blick in die Zukunft: Forum nennt Taten

Beim 4. Hagener Zukunftsforum standen im Sparkassen-Karree Ergebnisse aus den Zukunftsmeetings „Wirtschaft und Innovation“ sowie „Kultur und Impulse“ im Mittelpunkt: bereits auf kurzem Weg umgesetzte sowie mittel- und langfristig geplante Projekte, um die neue Marke „Lebendiges Hagen“ erlebbar und erfahrbar zu machen.

Schnell wurde klar: Der vom MC Südwestfalen initiierte Stadtmarketing-Prozess trägt konkrete Früchte: Das neue Servicezentrum Wirtschaft hat es vom Projektstatus heraus geschafft, eine Dauereinrichtung zu werden. Das damit verbundene Wirtschaftsportal – ein Internet-Service mit wichtigen Informationen für die heimische Wirtschaft – geht in den nächsten Tagen ins Netz.

> „Hagen verkauft sich super“

In Sachen Kultur ist vorstellbar, die historischen Gärten am Riemerschmidhaus und am Hohenhof nach historischen Bildern wieder herzurichten. Die Idee des „Hagener Impulses“ soll wieder stärker in den Focus der Kulturwerbung für die Stadt rücken.

Konkret geplant sind Festivitäten am Hengsteysee. So ist im August Popstar „Nena“ Topact beim Seegeflüster. Außerdem könnten im Ruhrtal in einem Projekt mit Arbeitslosen Aussichtstürme ent-



Neues Logo, viele Ideen: Die Marke „Lebendiges Hagen“ wird konkret mit Inhalten gefüllt.

stehen. Für die Stärkung des Miteinanders der Kulturen ist für 2008 ein Brückenfest geplant, für das die Altenhagener Brücke zeitweise komplett gesperrt werden soll. Die Zuhörer im Sparkasse-Karree waren begeistert von der Fülle der Ergebnisse: „Hagen verkauft sich super!“, so der Tenor aus dem Plenum. Doch: „Wir haben erst Halbzeit“, erinnerte Prof. Helmut

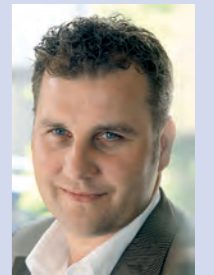
Hoyer, „wir haben erst zwei unserer vier Themenfelder bearbeitet.“ Der Vorsitzende des Hagener Stadtmarketing-Vereins gab einen Einblick, wie es weitergeht: Als nächstes steht die Bewerbung „Ruhr 2010“ auf dem Programm. Am 14. Mai wird das Zukunftsmeeting „Mensch und Motivation“ stattfinden. Im Juni dann treffen sich die Mitglieder des Kreises „Natur und Wellness“.

> Imagekampagne für die Volmestadt

Parallel werden von Mai bis August aus den Ergebnissen des Zukunftsforums entsprechende Empfehlungen für die Hagener Kommunalpolitik erarbeitet. Diese werden im August mit den Ergebnissen der weiteren Zukunftsmeetings beim 5. Zukunftsforum auf Schloss Hohenlimburg präsentiert.

Ab Herbst wird das Thema neue Markenkommunikation, verbunden mit einer Imagekampagne für Hagen, im Vordergrund der Aktivitäten stehen.

Im Blickpunkt: Neues Format, neue Beziehung



Axel Brinkschulte

MC-Mitglied und Organisator der TOP Lounge

Mit der TOP Lounge am 8. Mai bietet der Marketing-Club Südwestfalen ein neues Veranstaltungsformat – und zwar erstmals mit einem Partner: dem TOP Magazin Sauerland. Damit setzen MC und TOP Magazin auf Beziehungsmarketing als Erfolgsfaktor. MC-Mitglied und „TOP Lounge“-Organisator Axel Brinkschulte erklärt im Interview den Hintergrund der Kooperation.

Wie wichtig ist Beziehungsmarketing im TOP Magazin?

Axel Brinkschulte: Wenn man nur ein wenig zur Übertreibung neigen würde, könnte man behaupten: „Das TOP Magazin hat das Beziehungsmarketing erfunden!“ Seit genau 25 Jahren bauen wir beim TOP Magazin regionale Netzwerke auf – unter anderem mit

dem Tool „TOP Lounge“. Traditionell laden wir dazu alle Partner der letzten Ausgabe ein, damit diese sich persönlich kennen lernen können.

Was ist das Konzept dieser Treffen in lockerem Rahmen?

Axel Brinkschulte: Bei fast jeder Entscheidung neigt der Mensch dazu, sich nur aus seinem „evoked set of alternatives“ zu bedienen. Und hierzu gehören eben meistens nur die Unternehmen, in denen man irgendjemanden persönlich kennt. Die Präferenz fällt dann letztlich häufig auch auf das Produkt oder Unternehmen, zu dessen Menschen man die beste Beziehung hat.

Welche Vorteile sehen Sie in dieser Sparte des Marketings?

Axel Brinkschulte: „Vorteil ist vor allem dauerhafter Erfolg! Beziehungen schaden nur dem, der sie

nicht hat“. Jeder erfolgreiche Unternehmer weiß, dass ohne gute Beziehungen nichts geht. Beziehungen entstehen jedoch nicht aus Einmalkontakten oder streng geschäftlich-formalem Umgang. Es existieren viele Theorien und Meinungen darüber, ab wann ein Kontakt zur Beziehung wird, wen man als flüchtigen Bekannten, guten Bekannten oder sogar Freund bezeichnen darf. Auf diesen Überlegungen beruht auch das Konzept des TOP Magazins: Die Gäste der vierteljährlichen TOP Lounge sehen sich regelmäßig, wissen aus dem TOP Magazin, wer die anderen Gäste sind und was diese tun. Und gemeinsam findet man sich in der nächsten Ausgabe des Magazins wieder. So entstehen echte Beziehungen, gute Bekanntschaften, sogar Freundschaften.

Lifestyle und Wirtschaft im TOP Magazin zu lesen



Der Mai-Clubabend wird gesponsort vom TOP Magazin Sauerland – dem führenden regionalen Lifestyle-Magazin in Deutschland. Es erscheint derzeit mit 31 Ausgaben und einer Auflage von 331.000 Exemplaren. Das TOP Magazin Sauer-

land erscheint seit Sommer 2003 im Verlag Brinkschulte & Partner (www.brinkschulte.com). Brinkschulte & Partner wurde 1995 von den Zwillingbrüdern Axel und Helge Brinkschulte gegründet. Die ursprüngliche Werbeagentur haben die beiden Diplomkaufleute heute in erster Linie zu einem Verlag für regionale Zeitschriften und Kundenmagazine überführt. Neben dem TOP Magazin Sauerland erscheinen beispielsweise noch die IHK Zeitung MEO, für Mülheim, Essen und Oberhausen,

eine weitere TOP Magazin Ausgabe sowie verschiedene Mieterzeitschriften und Kundenmagazine. Das Unternehmen beschäftigt heute regelmäßig rund 20 eigene Mitarbeiter, dazu die branchenübliche hohe Zahl von freien Mitarbeitern im Anzeigen- und Redaktionsgeschäft. In den nächsten Wochen wird eine spektakuläre Neuerscheinung für die Region Südwestfalen erscheinen: Der Südwestfalen Manager, ein neuartiges regionales Wirtschaftsmagazin.

Gut fürs Business: Querdenken

(Fortsetzung Seite 2) Kreativität, Initiative und Leidenschaft bei Führungskräften, Managern und Mitarbeitern: Das sind für Dr. Peter Kreuz, Gründer des Labors für Business-Querdenken, die Zutaten für außergewöhnliche Geschäftsideen. Und die würden dringend benötigt, um erfolgreich

zu sein. „Qualität, Service, Freundlichkeit der Mitarbeiter – das sind nur Zugangsvoraussetzungen, um im Business überhaupt mitspielen zu dürfen“, so Dr. Kreuz. Erfolg mache das „mehr“ aus, das gute Unternehmen einzigartig mache: mehr Mut zur Veränderung und mehr Einzigartigkeit. „Seien Sie

nicht nur die Besten, sondern die einzigen die tun, was Sie tun“, riet Dr. Kreuz. „Seien Sie alles außer gewöhnlich!“ Dafür empfahl er – mit Humor und schauspielerischem Talent vorgetragen – immer wieder neue Betätigungsfelder und Produktkombinationen zu suchen und die Ziele hoch zu stecken.