

VORSCHAU / Anmeldung

In der Mitte lauert der Tod

„Kleine Marken haben auch in der Zukunft die erkennbare Chance, eine bedeutungsvolle Rolle im Leben der Menschen einzunehmen.“ Das versichert April-Referent Michael Coenen. Tipps und Tricks, wie auch kleine Marken mit mehr Emotionen an Bedeutung gewinnen können, verrät er am 1. April ab 18.30 Uhr im „Arcadeon“ in Hagen-Halden.



Michael Coenen

Die emotionale Bedeutung einer Marke ist für den Düsseldorfer das A und O. „Denn nur für Dinge, die den Menschen viel bedeuten, sind sie auch bereit, mehr zu geben“, so Coenen.

Bedeutung erlangen können kleine Marken – gerade in Konkurrenz zu Discountern – seiner Ansicht nach, indem sie mit der Verbindung aus Funktion und Emotion, mit stilbildendem und herausragendem Design und einer besonderen gesellschaftlichen Verantwortung vorbildhaft auf das soziokulturelle Umfeld einwirken.

> Spielräume nutzen, Vorbild werden

Marken können nach der Erfahrung des Fachmanns ethisch-moralische

Werte verkörpern und damit als Gegenmodell zum Mainstream besondere Vorbildfunktionen übernehmen. Gerade kleinen Marken rät Coenen, eigene emotionale Spielräume zu nutzen.

Welche Tipps er dafür parat hält, verrät er beim nächsten Clubabend. Dabei kann er auch auf seine eigene Erfahrung als Mitarbeiter von namhaften Unternehmen wie Unilever, Springer & Jacoby, DMB&B Düsseldorf oder BUTTER zurückgreifen.

Der Clubabend mit Michael Coenen beginnt am 1. April um 18.30 Uhr im neuen Clubdomizil „Arcadeon“ Lenne-str. 91, 58093 Hagen. Anmeldungen werden ab sofort angenommen.



ANMELDE-FAX

Am Clubabend mit Michael Coenen am 1. April im „Arcadeon“, Lennestraße 91, Hagen-Halden, nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

mit Gast: _____

MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

Sponsor Marketing-Preis Südwestfalen:



DOUGLAS HOLDING



Energie, die bewegt.



WIR DANKEN

neben den TOP-Sponsoren unseren dauerhaften Unterstützern: CPC-Werbeberatung, Domröse-Druck, Gustav Selter GmbH & Co. KG, Privatbrauerei Iserlohn.

IMPRESSUM

Herausgeber

Dialog ist eine Publikation des Marketing-Clubs Südwestfalen e. V. Geschäftsstelle und Clubsekretariat: c/o Pffiffikus-Agentur GmbH Mondhahnstraße 18 • 58762 Altena Tel. 02352 540200 • Fax 02352 540205 www.mc-suedwestfalen.de

Konzept, Layout, Text und Fotografie Pffiffikus-Agentur GmbH

Druck sponsored by Domröse-Druck GmbH Schillerstraße 2a • 58089 Hagen Tel. 02331 9198-0 • Fax 02331 9198-26

* Teilnahme an Club-Veranstaltungen:

Die Teilnehmer beteiligen sich auf eigene Gefahr an unseren Veranstaltungen. Sie tragen die alleinige zivil- und strafrechtliche Verantwortung für alle von ihnen verursachten Schäden, soweit hiermit kein Haftungsausschluss vereinbart wird. Die Teilnehmer erklären mit Anmeldung zu der Veranstaltung den Verzicht auf Ansprüche jeder Art für sämtliche Schäden, die im Zusammenhang mit der Veranstaltung entstehen, und zwar gegen den Veranstalter und die Sponsoren und andere Personen, die mit der Organisation der Veranstaltung in Verbindung stehen und die Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen aller zuvor genannten Personen und Stellen, außer jeweils für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie außer für sonstige Schäden, die jeweils auf einer grob fahrlässigen und/oder vorsätzlichen schuldhaften Pflichtverletzung beruhen. Der Ausschluss gilt für Ansprüche aus jeglichem Rechtsgrund, insbesondere sowohl für Schadensersatzansprüche aus vertraglicher als auch außervertraglicher Haftung sowie für Ansprüche aus unerlaubter Handlung. Stillschweigende Haftungsausschlüsse bleiben von vorstehender Haftungsausschlussklausel unberührt.

DIAMOLOG

MARKETING-CLUB SÜDWESTFALEN

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

Ausgabe März 2008

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Marketing mit Leidenschaft

BLICKPUNKT
Team „Mitglieder“ hat konkrete Ziele

VORSCHAU
In der Mitte lauert der Tod



Prof. Arnold Weissman gab in seinem Vortrag Strategien und Handlungsweisen erfolgreicher Familienunternehmen preis.

Erfolgstipps

Erfolgreiche Familienunternehmen streben in ihrem Markt eine führende Rolle an, konzentrieren sich auf ihre Kernkompetenzen, definieren ihre Märkte eng, orientieren sich stark an Kundenbedürfnissen und sind Spezialisten in Produkt und Know-how. Diese Erkenntnis stand am Ende des März-Clubabends mit Prof. Weiss-

man. Zwei Stunden gab der Erfolgsberater seine Erkenntnisse über die besten Familienunternehmen preis – und den Zuhörern viele Anregungen für ihre eigenen Betriebe. 70 Clubmitglieder waren bei dem ersten Abend im neuen Clubdomizil „Arcadeon“ dabei – und zeigten sich begeistert. (Fortsetzung Seite 2)

DMV sucht den neuen Preisträger

Der Deutsche Marketing-Preis 2008 ist ausgeschrieben. Mit dieser Top-Auszeichnung prämiiert der Deutsche Marketing-Verband ein Unternehmen aus Dienstleistung, Industrie oder Handel, das mit einer herausragenden Marketingleistung nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg realisiert hat.

Die Liste der Marketing-Champions ist eindrucksvoll: Unternehmen wie Beiersdorf, BMW, Henkel, Würth, Obi, Red Bull, Porsche, Tchibo, Boss und zuletzt Bosch Power Tools haben diesen renommierten Preis bisher erhalten.

Verliehen wird die Auszeichnung 2008 am 29. Oktober, am Vorabend des 36. Deutschen Marketing-Tages in München. Zu diesem Anlass präsentiert der Preisträger den Teilnehmern seine Erfolgsstory exklusiv. Information und Ausschreibung beim Deutschen Marketing-Verband, Tel. 0211 8640616, www.deutscher-marketing-preis.de. Bewerbungsschluss ist am 15. Mai.

NEU IM CLUB

Elke Kampschulte ist Geschäftsführerin der „Fernseh Berlet GmbH + Co. KG“. Marketing



ist eines ihrer Schwerpunktthemen im Unternehmen. Hauptsitz ist in Hohenlimburg; außerdem gehören sechs weitere Standorte zu dem Elektrofachmarkt.

Mit dem Marketing-Club bekannt gemacht und als Neumitglied geworben wurde Elke Kampschulte von Beiratsmitglied Burkhard Blesel.

Rüdiger Killing ist Inhaber der „assistenz. business center hagen KG“. Mit seinem Team aus sieben Mitarbeitern bietet er Dienstleistungen rund um Büro und Personal an.



So vermittelt er Räumlichkeiten, Technik, Personal, Kontakte und Netzwerke. Der 43-Jährige wurde von Beiratsmitglied Friedrich Wilhelm Schmidt als neues Mitglied für den Club geworben.

Hellen Gallwas ist für das Marketing der ikk-Akademie zuständig. Die diplomierte Kommunikations- und Marketingwirtin leitet dort Projekte im Bereich Internet und Corporate-Design-Konzepte und steuert die Kommunikationsmaßnahmen der Akademie. Hellen Gallwas war bereits Gast bei einigen Clubabenden und wurde jetzt von MC-Clubmitglied Karin Schulze geworben.



Als Dankeschön für seinen interessanten Vortrag übergab Moderator Dr. Klaus Fehske ein Präsent an Prof. Arnold Weissman.

Marketing mit Leidenschaft

(Fortsetzung von Seite 1) Das „NEM“-Virus sei eines der schlimmsten Dinge, die einem Familienunternehmen passieren könnten, warnte Prof. Weissman. NEM - Neid, Eifersucht und Missgunst.



Um diesem Virus vorzubeugen, empfahl er Familienunternehmen, eine Familienverfassung zu erstellen, die Ziele und Werte des Unternehmens genauso festhalte wie die der Familie. Außerdem sollten darin die Führungsstruktur und die Kontrolle der Geschäftsführung sowie die Mitwirkungsrechte, Entnahmen und Ausschüttungen geregelt werden.

„Nur 10 % der Unternehmen haben eine Familienverfassung“, so Prof. Weissman. Doch diese sei ein wesentlicher Baustein für dauerhaften Erfolg. Mit dieser Verfassung im Rücken könne sich die Führung auf die Geschäftsstrategie konzentrieren: Altes neu zu denken und nicht nur besser, sondern anders zu werden. „Erfolgreiche Familienunternehmen brechen Regeln“, versicherte der Referent, der bereits zum

3. Mal beim MC zu Gast war. Als Beispiel nannte er bekannte Familienunternehmen wie Fressnapf, Germanwings, McFit oder Henkel, die durch Querdenken, Qualität und Service Mehrwert generiert hätten. Aufgrund der Erfahrung dieser Unternehmen riet Weissman: „Verfügen Sie über eine hohe Kundennähe, kümmern Sie sich besonders um ihre Top-Kunden und haben Sie eine junge, innovative Produktpalette!“

Im Blickpunkt: Viele Mitglieder, viele Erfahrungen



Friedrich Wilhelm Schmidt

Beiratsmitglied und Teamleiter „Mitglieder“

Beim vergangenen Clubabend haben sich sechs neue Mitglieder vorgestellt - und der MC ist weiter auf Wachstumskurs. 217 Mitglieder ist der aktuelle Stand. Trotzdem lehnt sich das Team „Mitgliederwerbung“ nicht zurück. Teamleiter Friedrich Wilhelm Schmidt erklärt im Blickpunkt-Interview, was aktuell auf der Agenda steht.

Der Club wird größer und größer: Was macht das Team „Mitglieder“ in diesen Zeiten?

Friedrich Wilhelm Schmidt: Es freut sich. Es freut sich sogar sehr. Gleichzeitig sehen wir darin die Bestätigung, dass das Potenzial in Südwestfalen noch viel verspricht.

Für das Team gilt es daher, Strategien und Wege aufzuzeigen, diese positive Entwicklung zu stabilisieren und dafür zu sorgen, dass der MC Südwestfalen auch weiter kontinuierlich wächst.

Hat sich Ihr Team noch konkretere Ziele gesetzt oder ist das Wachstum im Allgemeinen bzw. das Verhindern von Mitgliederrückgang die Messlatte für Ihre erfolgreiche Arbeit?

Friedrich Wilhelm Schmidt: Das Team verfolgt konsequent quantitative und qualitative Ziele. Quantitatives Ziel ist für uns, dass das gesunde Wachstum des MC Südwestfalen uns bis Ende 2012 eine Nettozahl von mindestens 250 Mitgliedern ermöglicht. Qualitatives Ziel ist es, durch zielgruppenorientierte Maßnahmen

insbesondere die Entscheider und Marketingverantwortlichen aus den südwestfälischen Unternehmen zu gewinnen.

Je vielfältiger die Mischung unserer Mitglieder im Marketing-Club ist, umso vielfältiger können wir auch unser Credo „Lernen aus fremder Erfahrung“ leben.

Wie sind sie selbst dazu gekommen, Mitglied zu werden?

Friedrich Wilhelm Schmidt: Aus Überzeugung. Ich habe einige Male als Gast teilgenommen und dann stand die Entscheidung fest: Ich werde Mitglied! Und - ich habe es bis heute nicht bereut und versuche, den Clubabend immer rechtzeitig in meine Planung einzubeziehen. Es lohnt sich!

SPONSOR DES ABENDS

Ihr Partner: Stahl, Krafzik & Partner

Gesponsort wird der April-Clubabend im „Arcadeon“ in Hagen von den Rechtsanwälten und Notaren Stahl, Krafzik und Partner, die streng das Prinzip der Spezialisierung verfolgen. Sie sind Fachanwälte für Arbeitsrecht, Bau- und Architektenrecht, Erbrecht, Strafrecht, Verkehrsrecht, Versicherungsrecht und Verwaltungsrecht. Darüber hinaus haben sie anwaltliche Tätigkeitsschwerpunkte im Familienrecht, Mietrecht und in weiteren wesentlichen

Rechtsgebieten. Das Büro arbeitet auf modernstem Stand beleglos mit der elektronischen Akte - zugunsten einer verkürzten Bearbeitungszeit der Vorgänge. Vor allem die gewerblichen Mandanten schätzen das zertifizierte Qualitätsmanagement von Stahl, Krafzik und Partner. Und wer möchte, dem stellen die Rechtsanwälte und Notare die persönlichen Akten in einem geschützten Bereich des Internets stets aktuell zur Verfügung. So ist

der Bearbeitungsstand jederzeit sichtbar. Und wenn sich in der Sache etwas tut, erhält der Mandant sofort eine entsprechende Information per E-Mail. Wer den Hagener MC-Sponsor des Abends näher kennenlernen möchte, ist dort - mit oder ohne Rechtsfall - herzlich willkommen und in der Neumarktstraße zu einer Tasse gutem Kaffee eingeladen.

Stahl Krafzik & Partner Rechtsanwälte
Notare

Unsere „Zu Gast bei...“-Sponsoren im Jubiläumjahr:

Dipl.-Bw. Günter Himmelmann Verordneter Buchprüfer
Steuerberater

§ CHRISTIAN FLÜGGE RECHTSANWALT UND SACHVERSTÄNDIGER

selter wirkt ...

Rathaus-Apotheke Internationale Apotheke
Dr. Klaus Fehske

HAGO Hogener Cooperation für
moderne Beschaffung

Präsentmobil