

VORSCHAU / Anmeldung

Zu Gast bei Busch-Jaeger

Busch-Jaeger ist „die Marke, die begeistert“. Und unter diesem Motto öffnet der Hersteller von Elektroinstallationen am Dienstag, 6. Mai, für die Mitglieder des MC Südwestfalen seine Türen und lädt ein zum „Marketing vor Ort“-Abend.



Hans-Georg Krabbe

Das Lüdenscheider Unternehmen stellt sich im Hinblick auf Qualität, Sortiment und Innovation seit 125 Jahren höchsten Ansprüchen seiner Kunden. Als Ergebnis ist Busch-Jaeger heute Marktführer auf dem Gebiet der Elektroinstallationstechnik.

> Einblick in die Marketing-Strategie

Die Angebotspalette umfasst 5.500 Artikel: vom kompletten Elektroinstallationsprogramm mit Schaltern, Steckdosen, Sondersteckvorrichtungen, Reiheneinbaugeräten, Dimmern und Bewegungsmeldern bis hin zu elektronischen High-End-Produkten für das Gebäudemanagement. Produziert wird an zwei Standorten in Deutschland. Dafür beschäftigt das zur ABB-Gruppe gehörende Unternehmen rund 1.100 Mitarbeiter in Lüdenscheid und Aue. Exportiert wird in mehr als 60 Länder.

Einen Einblick in die Marketing-Strategie des Unternehmens gibt Hans-Georg Krabbe den MC-Mitgliedern. Er ist Vorsitzender Geschäftsführer der Busch-Jaeger Elektro GmbH, Vorstandsmitglied der deutschen ABB AG und Regional Division Manager Central Europe und BU-Manager Wiring Accessories der ABB AG.

Der „Marketing vor Ort“-Clubabend bei Busch-Jaeger in Lüdenscheid, Freisenbergstraße 2, beginnt um 18.30 Uhr im Schulungszentrum. Nach dem Vortrag ist der Club zu einer Werks-Besichtigung eingeladen. Anmeldungen werden ab sofort im Clubsekretariat entgegengenommen, Telefon 02352 540200, E-Mail info@mc-suedwestfalen.de



MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

ANMELDE-FAX

Am „Marketing vor Ort“-Clubabend am 6. Mai bei der Busch-Jaeger Elektro GmbH in Lüdenscheid, Freisenbergstraße 2, nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

_____ mit Gast: _____

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 Pfiffikus-Agentur GmbH Mondhahnstraße 18 • 58762 Altena Tel. 02352 540200 • Fax 02352 540205 www.mc-suedwestfalen.de

Konzept, Layout, Text und Fotografie Pfiffikus-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 April 2008

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Preisträger
gesucht

AKTUELL
Sonderabend beim
Sandfestival-Ruhr

VORSCHAU
Marketing vor Ort
bei Busch-Jaeger



Aldisierung

wer es sich nicht leisten kann, will was Gutes

April-Referent Michael Coenen setzt auf eine klare Positionierung von Unternehmen, wie sie zum Beispiel Aldi - nach Lufthansa Deutschlands Top-Marke Nr. 2 - als Discounter hat.

Werte verkaufen

Relevanz und Bedeutung im Leben von Zielgruppen erhalten Marken nur, wenn sie die Bedürfnisse und Werte der Menschen ansprechen. Das ist die Erfahrung von Michael Coenen. Darum riet der Marken-Fachmann beim April-Clubabend genau hinzuhören: „In das Herz des Verbrauchers blickt nur, wer zuhört und richtig versteht.“ So bauten Erfolgsunternehmen dann aus den Wünschen und Sehnsüchten

der Kunden eine klare Positionierung auf. Und dabei gelte es auch, sich darüber klar zu werden, was das eigene Produkt oder Unternehmen eigentlich für die Kunden sei: ein Berater? Mutter, Freund oder Geliebte? Wäre Ihr Produkt ein Mensch, was für ein Auto würde er fahren? Wie würde er sich kleiden? - So forderte Michael Coenen die Phantasie der Clubmitglieder heraus.

(Fortsetzung Seite 2)

20 JAHRE MC

Den 22.11. dick rot anstreichen

Der Marketing-Club Südwestfalen feiert Geburtstag und lädt alle ein: am Samstag, 22. November, in die lichtdurchfluteten Räume des Autohauses Jürgens, die an diesem Tag an alles andere als ein Autohaus erinnern werden.

Die Besucher erwartet eine festliche, abwechslungsreiche Gala der besonderen Art: eine bunte Show mit Musik, Action und Tanz. Die Lounge ist Treffpunkt für anregende Gespräche bei erlesenen Speisen und Getränkekompositionen. Amüsement mit besonderem Charme bietet die künstlerischen Stars des Abends voller Esprit. Der 22. November ist auf den Tag genau das Gründungsdatum des Clubs. Mehr Infos zu der großen Geburtstagsfeier folgen in den nächsten Wochen. Den Tag sollten sich schon jetzt alle Mitglieder rot im Kalender 2008 anstreichen - und natürlich freihalten!

NEU IM CLUB

Annelie Nolte ist Inhaberin des Fachgeschäftes „Bettenparadies A. Nolte“. Mit ihren zehn



Mitarbeitern hat sie vor allem ein Ziel: den gesunden Schlaf ihrer Kunden.

Nach Besuchen bei der Marketingpreis-Verleihung und bei einem Clubabend hat sich die Hagenerin zur Mitgliedschaft entschlossen. Sie verspricht sich davon neue Anregungen für das Marketing ihres Unternehmens.

Ralf Nockemann hat sich nach dem Besuch mehrerer Neujahrsempfänge und des Clubdiners für die Mitgliedschaft im MC Südwestfalen entschlossen. Der 53-Jährige ist Geschäftsführer der Atlantis Electronic Ralf Nockemann GmbH. Hinter dem Namen verbirgt sich ein Electronic Versand für ganz verschiedene Themenbereiche, zu dem insgesamt 15 Mitarbeiter gehören. Der Sitz ist in Halver.

Maik Wehner war beim Jägermeister-Abend mit Dr. Kämpfe im Oktober 2007 das erste Mal Gast im Club.



Der 43-Jährige fand nicht nur den einen Abend, sondern auch die weiteren Themen interessant und entschloss sich zur Mitgliedschaft. Er ist Inhaber des Architekturbüros „arch. wehner“.

Nach seiner Tätigkeit als Bauleiter und Architekt machte der Hagener 1995 den Schritt in die Selbstständigkeit. Mit inzwischen vier Mitarbeitern erfüllt er die baulichen Wünsche seiner Kunden.

Klare Warnung: „In der Mitte lauert der Tod“

(Fortsetzung von Seite 1) „**Marken haben heute, wie noch nie in der Geschichte, die Chance, Werteorientierung zu liefern, betonte Michael Coenen bei seinem Vortrag. „Sie können Menschen mit gleichen Interessen und Einstellungen verbinden, sie integrieren, aber auch ausschließen.“**

Darum riet der Kölner, bei der eigenen Positionierungs-Arbeit genau hinzuschauen - und eine klare Strategie festzulegen. Denn eines

sei klar: „In der Mitte lauert der Tod.“ Wichtig sei ein unverwechselbarer Stil.

Anhand zahlreicher Beispiele, unter anderem des südwestfälischen Marketing-Preisträgers Durable, demonstrierte Michael Coenen, wie Unternehmen durch gezielte Positionierung rationale und emotionale Bedeutung bei ihren Kunden erlangen können. Sicher sei: „Für positive Gefühle geben Menschen mehr Geld aus.“ So werden der Verkauf von Emotionen - zum Beispiel „the style of success“ wie Durable - ein klares Erfolgsparameter.



Anhand zahlreicher Erfolgsbeispiele erklärte Michael Coenen, wie eine klare Positionierung und der Verkauf von Emotionen zum Erfolg führen.

17. Marketing-Preis

Die Vorbereitungen für die Vergabe des 17. Marketing-Preises Südwestfalen laufen: Gesucht werden dafür Unternehmen, die vorbildliches Marketing mit Alleinstellungsmerkmalen betreiben. Dabei wird Marketing umfassend als marktorientierte Unternehmensführung verstanden. Verliehen wird der 17.

Marketing-Preis Südwestfalen am Dienstag, 13. Januar 2009, in der SIHK zu Hagen. Alle MC-Mitglieder erhalten in Kürze die Nominierungsunterlagen mit der Bitte ihren Favoriten für den Preisträger zu nennen. Wer weitere Exemplare benötigt, kann diese im Clubsekretariat nachordern.

Beim Sandfestival Treff mit den Nachbarclubs



Immer ein Hingucker: die Skulpturen aus Sand am Kemnader See!

Im Rahmen eines Sonderabends ist der MC Südwestfalen am 24. Juni zu Gast beim „Sandfestival Ruhr“. Gemeinsam mit den Nachbarclubs Bochum, Essen und Dortmund können die Marketing-Club-Mitglieder mit ihren Familien einen Blick hinter die Kulissen des Sommerhighlights am Kemnader See werfen.

Sandkünstler aus aller Welt treten dort an, um mit ihrer Einzelarbeit die Jury zu begeistern und als Weltmeister nach Hause zurückzukehren. Für sie werden auf dem Gelände des populären Freizeit- und Erholungszentrums am Kemnader See auf einer Fläche von 7.500 Quadratmetern zum 2. Mal große

Mengen Spezielsand aufgeschüttet, aus denen später die meterhohen, atemberaubenden Figuren entstehen. „Mehr als zwanzig internationale Profi-Carver haben sich für dieses Jahr bereits angekündigt“, weiß Werner Jaing, Initiator und Mitglied des MC Dortmund.

Aus 2.500 Tonnen feinstem Gelb basteln die Künstler innerhalb von zehn Tagen architektonische Wunderwerke. Geplant sind zehn große Soloskulpturen von vier Meter Höhe und eine Gemeinschaftsskulptur mit einer Höhe von zehn Metern als optischer Glanzpunkt.

Mehr Infos zur Veranstaltung und zum Rahmenprogramm gibt es in der nächsten „Dialog“-Ausgabe sowie unter www.sandfestival-ruhr.de

SPONSOR DES ABENDS

Kontinuierliche Weiterentwicklung

Gesponsort wird der Mai-Clubabend von der Busch-Jaeger Elektro GmbH in Lüdenscheid.

Bei dem Marktführer im Bereich Elektroinstallationstechnik sind konstante Leistungen bei kontinuierlicher Weiterentwicklung der Produkte und Lösungen die wesentliche Voraussetzung für das erfolgreiche Bestehen im Markt und die daraus resultierende feste Bindung zum Elektrohandwerk.

Rund 18 Millionen Euro hat Busch-Jaeger 2007 in das neue Logistikzentrum am Standort Lüdenscheid-Freisenberg investiert. Mit diesem Großprojekt waren tiefgreifende

Einschnitte in zahlreiche innerbetriebliche Organisationsstrukturen verbunden. Das Ergebnis sind durch kürzere Wege, optimierte Abläufe und eine standardisierte IT-Lösung reduzierte Logistikkosten, kürzere Reaktionszeiten sowie eine Steigerung der Flexibilität bei der Bevorratung von Produkten.

In sechs Gassen bewegen sich in dem neuem Lager zehn Tonnen schwere computergesteuerte Regalbediengeräte der neuesten Generation.



Bei Busch-Jaeger wird die technische Zukunft gemacht.

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

