

VORSCHAU / Anmeldung

Neue Lust in reifer Schale

Bernd M. Michael kommt am 3. Juni zum MC Südwestfalen: Er gilt als einer der renommiertesten Markenprofis in Europa.

Bis 2006 war er Gesellschafter und Chairman der Grey Global Group Europe, Middle East & Africa mit 294 Büros in 50 Ländern und ca. 6.600 Mitarbeitern. Er berät seit 1970 kontinuierlich internationale und nationale Unternehmen aller Branchen zum Thema Markenbildung und -führung - und wurde im April zum Präsident des Deutschen Marketing-Verbandes gewählt.



Bernd M. Michael

> Aus Zitrone eine Limonade machen

In der SIHK zu Hagen geht es Bernd M. Michael um das Marketing für die Generation 50plus: um „Neue Lust in reifer Schale“ oder „Warum ignoriert das Marketing die kaufkräftigste Generation aller Zeiten?“

Und Bernd M. Michael fragt weiter: „Wie kann man die Alterspyramide in Deutschland als Problem bezeichnen?“ Vielmehr gelte es, die veränderte Altersstruktur als Chance zu sehen - also aus einer Zitrone eine Limonade zu machen.

„Einige Unternehmen haben das für ihre Marken schon seit einem Jahrzehnt erkannt - und damit Erfolg

gehabt“, weiß der Markenprofi. Fakt sei: Die Generation 50plus werde in den nächsten Jahrzehnten eine dominierende Rolle für Konsum und Kaufkraft spielen - und die Marketing-Pläne auf erfreuliche Art bereichern. „Es ist Zeit, sich darauf einzustellen“, meint Bernd M. Michael, der Aufsichtsrat und Beirat in mehreren deutschen Unternehmen sowie Inhaber des Büros für Markenarchitektur ist. Im April wurde er in die Hall of Fame der Deutschen Werbung aufgenommen.

Der Clubabend am 3. Juni in der SIHK beginnt um 18.30 Uhr. 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 Clubabend mit Bernd M. Michael am 3. Juni in der SIHK zu Hagen, Bahnhofstraße 18, 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 Piffikus-Agentur GmbH Mondhahnstraße 18 • 58762 Altena Tel. 02352 540200 • Fax 02352 540205 www.mc-suedwestfalen.de

Konzept, Layout, Text und Fotografie Piffikus-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 Mai 2008

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Neue Mitglieder stellen sich vor

BLICKPUNKT
Marketing-Preis auf Erfolgskurs

VORSCHAU
Bernd M. Michael kommt zum MC



Geschäftsführer Alexander von Schweinitz nahm die Zuhörer des Marketing-Clubs mit in die Marken-Welt von Busch-Jaeger.

Markenbotschaft

70 Clubmitglieder erlebten beim Mai-Clubabend die „Faszination Busch-Jaeger“. Nach der Besichtigung von Produktion und neuem Logistik-Zentrum im Lüdenscheider Industriegebiet Freisenberg war jedem klar: Busch-Jaeger ist „die Marke, die begeistert“. Nicht nur von der imposanten Technik, auch von der erfolgreichen Mar-

ketingstrategie der Busch-Jaeger Elektro GmbH zeigten sich die MC-Mitglieder bei ihrer Visite in Lüdenscheid beeindruckt. So zum Beispiel von dem neuen Konzept, die Logistik als Teil des Marketings zu sehen, und die Mitarbeiter so in die Unternehmenskommunikation mit einzubinden, dass sie zu Markenbotschaftern werden. (Fortsetzung Seite 3)

Sonderabend:

MC open air im größten Sandkasten an der Ruhr

Am Dienstag, 24. Juni, erwartet die Mitglieder des MC Südwestfalen zum ersten Mal eine Gemeinschaftsveranstaltung mit den Nachbarclubs Dortmund, Bochum und Essen: zu Gast beim SandFestival Ruhr am Kemnader See.

In titelverdächtiger Strandatmosphäre erwartet die Teilnehmer ein exklusiver Blick in die Kunst-Oase für Groß und Klein mitten im Ruhrtal. Im Mittelpunkt stehen die faszinierenden, meterhohen und filigran gearbeiteten Kunstwerke. Treffen ist am 24. Juni um 18.30 Uhr in der Querenburger Straße 35 in 58455 Witten. Für Club-Mitglieder (bitte Namensschild mitbringen) und deren Begleitung sowie Kinder ist der Eintritt in den größten Sandkasten der Region frei. Anmeldungen werden bis 20. Juni im Club-Sekretariat angenommen.

NEU IM CLUB

Stefan Theis ist Großkundenberater bei der Creditreform Hagen Berkey & Riegel KG. Die Organisation wurde 1879 in Mainz gegründet, um ihren Mitgliedern zu helfen, Forderungsausfälle zu vermeiden. Heute ist die Creditreform ein moderner Full-Service Anbieter entlang der Prozesskette im integrierten Kunden- und Risikomanagement. Stefan Theis wurde von Beiratsmitglied Achim Hahn gewonnen.



Olaf Somborn ist bei der „wochenkurier“ Verlagsgesellschaft mbH als Verlags- und Anzeigenleiter angestellt. Er hat das Clubleben schon seit einigen Monaten als Gast begleitet – und wurde schließlich von Beiratsmitglied Frank Müller gewonnen. Zum „wochenkurier“ in Hagen gehören derzeit 20 Mitarbeiter, im gesamten Verlag arbeiten 60 Mitarbeiter, die für das regelmäßige Erscheinen der Printmedien sorgen.

Thomas Sauerbier ist Geschäftsführer der „Multimediahaus GmbH“. Das Lüdenscheider Unternehmen ist mit 15 Mitarbeitern im Bereich Werbung und Kommunikation tätig. Als Marketing-Club-Mitglied wurde Thomas Sauerbier von Maria Aleixo gewonnen. Durch einige Gastbesuche hat sich der 43-Jährige von den Angeboten und Leistungen des Clubs überzeugt und möchte durch seine Mitgliedschaft nun dauerhaft Anregungen für seine eigene tägliche Arbeit im Multimediahaus aufnehmen.



Thomas Sauerbier von Maria Aleixo gewonnen. Durch einige Gastbesuche hat sich der 43-Jährige von den Angeboten und Leistungen des Clubs überzeugt und möchte durch seine Mitgliedschaft nun dauerhaft Anregungen für seine eigene tägliche Arbeit im Multimediahaus aufnehmen.

Im Blickpunkt: Marketing-Preis auf Erfolgskurs



Claus Peter Claudy

Jury-Vorsitzender Marketing-Preis Südwestfalen

Die Nominierungsunterlagen sind fertig, die Vorbereitung für den 17. Marketing-Preis in der 20-jährigen Geschichte des Clubs laufen. Grund genug, mit dem Jury-Vorsitzenden und MC-Geschäftsführer Claus Peter Claudy auf die Entwicklung dieser herausragenden Auszeichnung zurückzublicken.

Was war der Anlass, drei Jahre nach Clubgründung einen regionalen Marketing-Preis ins Leben zu rufen?

Claus Peter Claudy: Der MC bietet seit seiner Gründung ganz im Sinne des Club-Mottos „Lernen aus fremder Erfahrung“ hochkarätige Marketing-Referenten aus erfolgreichen nationalen und internationalen Unternehmen. Direkte Einblicke in die Marketingpraxis geben seit damals unsere „Marketing vor Ort“-Veranstaltungen in Unternehmen der Region. Dabei haben wir schon Anfang der 90-er Jahre immer wieder festgestellt: Ob Hidden Champion oder bekannter Marktführer, die Marketing-Verantwortlichen in diesen Firmen sorgen mit ihren Unternehmenspräsentationen regelmäßig für Erstaunen und Be-



Die individuell gefertigte Preis-Skulptur findet stets große Beachtung.

geisterung. Die Kommentare unserer Mitglieder und Gäste reichten schon damals von „unglaublich beispielgebend“ bis „ausgezeichnet“. Das hat den Anstoß gegeben, diese in unserer Region so erfolgreichen Unternehmen – in direkter Linie zum Deutschen Marketing-Preis – mit dem regionalen, südwestfälischen Marketing-Preis auszuzeichnen.

Wie hat die Region reagiert?

Claus Peter Claudy: Von Anfang an sehr positiv. Seit nunmehr 17 Jahren erhalten wir alljährlich von Mitgliedern begründete Vorschläge für auszeichnungswürdige Unternehmen. Unterstrichen wird die Bedeutung des Preises durch Eigenvorschläge von Unternehmen, durch Vorschläge von Bürgermeistern, lokalen Wirtschaftsförderern sowie aus sozial oder kulturell ausgerichteten Unternehmungen.

Wie hat sich die Preisvergabe im Laufe der Jahre gewandelt?

Claus Peter Claudy: Die ersten drei Veranstaltungen waren mit rund 120 Besuchern schon beachtenswert. Und die nachfolgenden Preisverleihungen im großen Saal der SIHK zu Hagen gehörten mit durchschnittlich 350 bis 400 Mitgliedern und Gästen, zu den Top-Veranstaltungen der südwestfälischen Region. Für unsere Mitglieder ist dies eine Bestätigung Ihres Berufsstandes, für unsere Preisträger ein beachtenswerter Imagegewinn. Und unsere Gäste aus Politik, Kultur und Gesellschaft erhalten eine Bühne des persönlichen Dialogs.

Unsere Marketing-Preisverleihung, weitere vielfältige Aktivitäten in der Region, ständig steigende Mitgliederzahlen und schon jetzt vorliegende Bewerbungen um den 17. Südwestfälischen Marketing-Preis, unterstreichen die positive Entwicklung unseres Clubs und seine Bedeutung für die Region.

Neues Marketing-Denken als Baustein zum Erfolg



Fasziniert waren die Club-Mitglieder und -Gäste von dem Einblick in die Produktion der Busch-Jaeger Elektrik GmbH.

(Fortsetzung von Seite 1) Als konsequente Fortführung der Ausweitung des Marketing-Gedankens nannte Busch-Jaeger-Geschäftsführer Alexander von Schweinitz den Ansatz, Elektro-Handwerker nicht nur technisch zu schulen, sondern auch zu überzeugten Verkäufern der Marke Busch-Jaeger zu machen. Dies sei ein weiterer Erfolgs-Baustein.

Bereits während der Besichtigung der Produktionshallen und auch nach dem Vortrag hatten die Club-Mitglieder viele Fragen. Sie nutzten den Blick hinter die Kulissen des Marktführers für Elektroinstallationstechnik, um einmal mehr ihr Motto „von den Besten lernen“ in die Tat umzusetzen.

SPONSOR DES ABENDS

Brand(t)neues Sortiment gewachsen

Gesponsort wird der Mai-Clubabend von der Brandt Zwieback-Schokoladen GmbH + Co. KG.

Das Kindergesicht des Hagener Unternehmens steht in vielen Ländern für knusprige Frühstücksideen, schnelle Snacks, pikante und süße Gerichte mit Zwiebackgenuss.

Die Erfolgsgeschichte begann mit einem Pferdefuhrwerk, der Energie und dem eisernen Willen eines 26-jährigen Bäcker- und Konditormeisters: Am 21. Oktober 1912 gründete Carl Brandt die „Märkische Zwieback- und Keksfabrik“ in der Volmestadt. Er wollte Zwieback und Biskuit in hoher, gleichbleibender Qualität und für jedermann erschwinglich verkaufen. Dieses Ziel hat er er-

reicht und noch viel mehr: Wer heute an Zwieback denkt, denkt an „Brandt“ und das lächelnde Kind auf der orangefarbenen Packung. Noch immer garantiert das Unternehmen bei der Zwieback-Herstellung natürlichen Genuss durch ausgesuchte Zutaten und schonende Verarbeitung. Das Sortiment ist gewachsen: Neben dem Klassiker gibt es den Zwieback mit Schokoladenseite oder die Kokosvariante sowie Snackartikel. Besonders beliebt sind die Kleinformate, die Brandt-Minis.

Die Brandt-Gruppe beschäftigt aktuell mehr als 1.000 Mitarbeiter an fünf Standorten in Deutschland. Mit einem Anteil von über 80 % ist

Brandt Marktführer in Deutschland und vertreibt seine Produkte – allein sechs Millionen Zwiebäcke am Tag, Knäckebrot, Schokolade, Snacks und Salzgebäck – weltweit.

Wer mehr Lust auf Brandt-Zwieback hat, sollte „Brandts kleine Zwiebackwelt“ im „Haus Stennert“ in Hagen besuchen. Dort erfährt der Besucher alles über die Historie des Familienunternehmens und die Herstellungsstufen der Zwiebackproduktion sowie über die übrigen Geschäftsfelder der Brandt-Gruppe. Einen virtuellen Einblick in die Produktion und das Unternehmen gibt es im brand(t)neuen Internetauftritt unter www.brandt-zwieback.de



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

