

VORSCHAU / Anmeldung

Praxistipps für den Erfolg

Wie wird ein mittelständisches Unternehmen Weltmarktführer? Wie gelingt es, sogar vier- bis fünfmal so groß und umsatzstark zu werden wie der nächstgrößere unter mehr als 80 Herstellern eines im Grunde gleichen Produktes? - Antworten gibt beim nächsten Clubabend Referent Helmut Stempel.



Helmut Stempel

Der ehemalige Geschäftsführer des „Hidden Champions“ RATIONAL AG hat einen praktischen Leitfadens für den Weg zu Business-Excellence und Marktführerschaft entwickelt. Wesentlicher Bestandteil dabei ist die engpasskonzentrierte Strategie.

➤ **Beginn schon um 18.15 Uhr**

Helmut Stempel ist seit 1998 Berater für Marktführerschaft im Mittelstand. Er hat nach seiner kaufmännischen Lehre und seinem betriebswirtschaftlichen Studium als Marketing- und Vertriebsdirektor sowie als Geschäftsführer Unternehmen aus kleinsten Anfängen heraus zu Marktführern gemacht. Außerdem ist er Trainer für Unternehmensnachfolger im Auftrag von „INMIT“, dem Institut für Mittel-

standsökonomie der Universität Trier, er ist Lehrbeauftragter der Fachhochschule München und Referent bei Unternehmersymposien und Managementseminaren namhafter Institute.

Der Clubabend „Hidden Champions“ beginnt am Dienstag, 4. November, bereits um 18.15 Uhr mit dem Get-together. Der Vortrag startet dann um 18.45 Uhr im neuen Clubdomizil „Arcadeon – Haus der Wissenschaft und Weiterbildung“, Lennestraße 91, 58093 Hagen. Anmeldungen werden ab sofort im Clubsekretariat, Telefon 02352 540200, angenommen.



ANMELDE-FAX

Am Clubabend „Hidden Champions“ am 4. November im „Arcadeon“, Lennestraße 91, in 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 als 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 Oktober 2008

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Marketing-Preis:
Jury hat getagt

BLICKPUNKT
Dresscode zur
Jubiläums-Gala

VORSCHAU
Hidden
Champions



Dr. Patrick Adenauer gab in der Burg Holtzbrinck in Altena einen Einblick in das Marketing seines Unternehmens „bauwens“.

Engagierter Unternehmer

Sympathisch und mit großem Fachwissen präsentierte sich Dr. Patrick Adenauer beim Oktober-Clubabend in Altena. Über 100 Mitgliedern und Gästen gab der Enkel des ersten deutschen Bundeskanzlers einen Einblick in das besondere Marketing seines Unternehmens „bauwens“ – ein Bauunternehmen, das sich im

Laufe der Jahre zum kompletten Servicedienstleister auch für die Bereiche Construction, Development und Asset Management entwickelte. In der anschließenden Diskussion erfuhr die Teilnehmer von Dr. Adenauers Aktivitäten als Präsident von „Die Familienunternehmer/ASU“ und deren besonderem Engagement.

20 JAHRE MC

Über 300 Besucher

Am 22. November feiert der Marketing-Club Südwestfalen sein 20-jähriges Bestehen mit einem Abend voller Leidenschaft im Goldsaal in Iserlohn. Über 300 Karten sind bereits verkauft; daher wurde im Festsaal nun die zweite Ebene geöffnet. Seite 3



„Ich bin dabei, weil der MC seit 20 Jahren für erstklassige Veranstaltungen steht. Als Mit-Initiator beobachte ich das Clubleben von Beginn an – und bin beeindruckt von dem hohen Niveau und der professionellen Arbeit des Clubs.“

Dr. Jörn Kreke,
Douglas Holding

IN KÜRZE

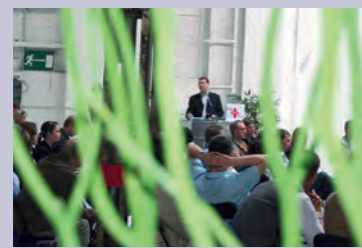
Die Guerilla-Marketing-Föderation veranstaltet am Freitag, 14. November, einen Guerilla-Marketing-Kongress mit Roadshow im alten Kloster Glindfeld bei Medebach im Sauerland. Durch eine Kooperation erhalten Mitglieder des Marketing-Clubs Südwestfalen einen Rabatt von 20% auf den regulären Eintrittspreis von 299 Euro.

Ziel der Guerilla-Tour, die auch durch Pforzheim, Köln und Berlin führt, ist es, Werbetreibenden die unterschiedlichen Disziplinen wie Ambush-Marketing, Ambient-Media, Guerilla-Marketing und Viral-Marketing näherzubringen. Dafür wirken als Referenten bekannte Aktivisten der Guerilla-Marketing-Szene.

> Alternative Werbeformen

Den Auftakt macht Thorsten Schulte, Buchautor und Inhaber des Guerilla-Marketing-Portals. Er gibt einen Überblick über alternative Werbeformen. Wie sie in der Praxis eingesetzt werden, zeigt Karsten Warrink, Geschäftsführer des Berliner Ambient Media Unternehmens AMBERMEDIA. Weitere Erfolgsrezepte verrät Thomas Patalas, Buchautor und Inhaber von „MAKS Agentur für Lokales Marketing“.

Mehr Infos zum Programm gibt es unter www.guerilla-marketing-portal.de. Anmeldungen werden im MC-Clubsekretariat entgegen genommen. Tel. 02352 540200.



Die Jury „Marketing-Preis“ sichtet in einer ersten Runde die Nominierungen um den 17. Marketing-Preis Südwestfalen und traf eine Auswahl für die Endrunde.

Erste Auswahl der Bewerber

Die MC-Jury für den 17. Marketing-Preis Südwestfalen hat getagt - und aus den zahlreichen Bewerbungen Anfang Oktober eine Vorauswahl für den neuen Preisträger getroffen.

Nun geht es ins Detail: Die Finalisten werden von Paten besucht und können sich der Jury im Detail vorstellen. Dabei müssen vor allem zwei Fragen beantwortet werden: Was ist die besondere Marketing-Leistung des Unternehmens? Und: Was ist das Alleinstellungsmerkmal? Einige Antworten wurden bereits im Zuge der Nominierungen gegeben; andere werden nun direkt im Gespräch geklärt.

> Marktorientierte Unternehmensführung

Jährlich wählt der MC Südwestfalen einen Marketing-Preisträger aus, der durch eigenständige Unternehmensaktivitäten den erfolgreichen Absatz von Produkten sicherstellt und dazu ein Marketingkonzept prä-

sentierte, das sich durch Alleinstellungsmerkmale auszeichnet. Dabei wird Marketing umfassend als marktorientierte Unternehmensführung verstanden. Honoriert werden Konzepte, die sich durch Kontinuität, Konsistenz und Konsequenz auszeichnen. Aktueller Preisträger ist die Hager Europart-Holding.

> „Im Aufbruch zu neuer Intelligenz“

Der Marketing-Preis Südwestfalen wird der Unternehmensführung verliehen, zeichnet aber gleichzeitig auch diejenigen Personen in den Unternehmen aus, die in besonderem Maße die Marketing-Leistung erbracht haben.

Auch wenn der Sieger erst am Abend der Preisverleihung mit Neujahrsempfang am 13. Januar 2009 in der SIHK zu Hagen bekannt gegeben wird, eines steht schon jetzt fest: Er wird dem Motto des Preises, „Marketing im Aufbruch zu neuer Intelligenz“, voll und ganz gerecht und sich dementsprechend präsentieren.

Im Blickpunkt: Stilvolle Inszenierung des Dresscodes



Inge Szoltysik-Sparrer

Schneidermeisterin, Fachfrau in Sachen Bekleidung und Club-Mitglied

Wenn der MC am Samstag, 22. November, seine Jubiläums-Gala feiert, ist „festliche Abendgarderobe“ erwünscht. So steht es in der Einladung. Was darunter zu verstehen ist, weiß Schneidermeisterin Inge Szoltysik-Sparrer, langjähriges Clubmitglied und in Sachen Bekleidung Fachfrau mit Leidenschaft.

Fangen wir mit dem Einfacheren an: Wie sollten die männlichen Besucher unserer Jubiläumsgala zu diesem festlichen Anlass gekleidet sein?

Inge Szoltysik-Sparrer: Für die Herren heißt „festliche Abendgarderobe“ bei unserer Feier Smoking oder dunkler Anzug. Das kann dann ein schwarzer oder auch ein mitternachtsblauer Anzug sein, auch mit matten Streifen oder glänzender Oberfläche. Dazu kann eine Weste oder ein Kummerbund getragen werden. Noch mehr Eleganz als eine Krawatte verleihen dazu eine Fliege oder ein Plastron und dann natürlich auch sehr edle Manschettenknöpfe.

Und wie sollte sich die Damenwelt präsentieren?

Inge Szoltysik-Sparrer: Ich habe vom Vorbereitungsteam gehört, dass lange Abendgarderobe gewünscht wird. Das heißt bei einer Gala wie unserer: mindestens knöchellang oder länger. Die Kunst besteht darin, diesen Dresscode stilvoll und individuell zu inszenieren, spielerisch damit umzugehen. Da dürfen die Frauen Pailletten tragen, die im elektrischen Licht glänzen, farbiger Chiffon kann ruhig etwas wehen.



Da sind wir beim Thema Accessoires. Was zieht Frau über ihre Abendgarderobe, was trägt sie dazu?

Inge Szoltysik-Sparrer: Gerade die Accessoires bieten die Möglichkeit, trotz Dresscode Individualität auszudrücken. Über dem Kleid kann ein Bolero oder, das ist noch eleganter, eine Chiffon- oder Pelz-Stola getragen werden. Dazu passen ellenbogenlange Satinhandschuhe sowie eine kleine Handtasche. Und glitzernder Schmuck darf am Abend nicht fehlen.

Kann ich mich als Frau auch mit einem Hosenanzug sehen lassen?

Inge Szoltysik-Sparrer: Von mir gibt es dafür ein klares „Nein“. Ein Hosenanzug ist für Damen sicher bei jedem unserer Clubabende die richtige Wahl. Aber einem Event wie der Jubiläums-Gala sollten die Besucherinnen schon durch ihre Bekleidung gebührende Achtung entgegenbringen. Ich appelliere, den Anlass zu nutzen und sich auch besonders anzuziehen. Sonst sehen die Frauen aus wie die Männer. Es muss auch ganz sicher keiner Sorge haben, overdressed zu sein.

Ab 17.45 Uhr auf den roten Teppich!

Schon über 300 Karten sind für die MC-Jubiläumsgala am 22. November im Iserlohner Goldsaal verkauft. Kein Wunder: Denn die Besucher erwartet erstklassige Unterhaltung, ein Spitzen-Essen, Sehen-und-gesehen-werden. Beginn ist um 18.30 Uhr; Einlass

bereits ab 17.45 Uhr. Wer möchte, kann die Ausstiegsmöglichkeit direkt vor dem roten Teppich am Eingang nutzen. Das Parkhaus ist gegenüber. Die große Anzahl der verkauften Karten hat den Vorstand bewogen, im Goldsaal der Schauburg Iserlohn

auch die Balustrade mit wunderbarem Blick in den Festsaal und auf die Bühne zu öffnen. Damit können nun maximal 360 Gäste bei der „Langen Nacht des Marketings“ dabei sein. Der Anmeldeschluss ist bis 10. November verlängert.

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