

VORSCHAU / Anmeldung

Ryanair contra Lufthansa

Mit aggressiver und ungewöhnlicher Werbung macht der Billigflieger „Ryanair“ immer wieder Schlagzeilen. Was hinter den publikumswirksamen Slogans wie „Auf Wiedersehen Lufthansa“ steht, das erfahren MC-Mitglieder beim nächsten Clubabend, am 9. Juni im Arcadéon, direkt vom Marketing-Team der Ryanair.

Mit einem Passagieraufkommen von fast 50 Millionen im Jahr 2007 liegt das irische Flugunternehmen, hinter Air France-KLM und Lufthansa, an dritter Stelle der größten europäischen Fluggesellschaften. Einer der

bisherigen Höhepunkte der Werbestrategie war, als ein Team der Ryanair mit einem Weltkriegspanzer zum Flughafen in London fuhr, um den „Preiskrieg“ gegen EasyJet in Szene zu setzen. Der Clubabend beginnt um 18.30 Uhr im Arcadéon. Anmeldungen werden ab sofort im Clubsekretariat angenommen.

P.S.: Ursprünglich war für den 9. Juni Lufthansa als Referent angekündigt. Doch der Träger des Deutschen Marketingpreises hat den MC Südwestfalen versetzt: Nach der Verschiebung des Termins von Februar auf Juni hat der Träger des Deutschen Marketingpreises seine Präsentation nun plötzlich ganz abgesagt.

HIGHLIGHT

Abtprimas Notker Wolf

Nicht vergessen: Am 27. Juni steht das Jahres-Highlight des Marketing-Clubs an: Im Kulturhaus Lüdenscheid begrüßen wir Abtprimas Notker Wolf zu Vortrag, Diskussion und einem seiner seltenen Auftritte als Rockmusiker mit seiner Band „Feedback“. Notker Wolf ist welthöchster Abt der Benediktiner und gleichzeitig gefragter Autor und Redner. Der Eintritt kostet 30,- Euro pro Person. Anmeldungen werden im MC-Clubsekretariat angenommen, Tel. 02352 540200.



MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

ANMELDE-FAX

Am Clubabend „Ryanair“ am 9. Juni 2009 im „Arcadéon“, Lennestraße 91, Hagen-Halden, 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.

IMPRESSUM

Herausgeber

Dialog ist eine Publikation des Marketing-Clubs Südwestfalen e. V. Geschäftsstelle und Clubsekretariat: c/o Pfiffikus-Agentur GmbH Neuenrader Straße 25 • 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 Mai 2009

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Marketing-Preis
ausgeschrieben

BLICKPUNKT
Wissenspreis mit
neuer Zielgruppe

VORSCHAU
Ryanair statt
Lufthansa



Thomas Heine stellte seine Kooperation vor, die Gold wert ist: den Office-Gold-Club. Die Mitglieder sind Konkurrenten, treten gegenüber ihren Kunden aber gemeinsam auf.

Aus Konkurrenten werden Verbündete

Sein Markenzeichen ist das goldene „O“ im Schriftzug. Und die dahinter stehende Marketing-Strategie ist offenbar Gold wert: Der Office-Gold-Club stand beim Mai-Clubabend im Mittelpunkt.

Das besondere an der Kooperation der 24 großen Markenherstellern aus der Papier-Bürobedarf-Schreibwaren-Branche ist: Die Mitglieder sind eigentlich Konkurrenten. Ganz klar: „Es war die Not, die uns vor einigen Jahren zusammen gebracht hat“, erklärte Thomas Heine, der Geschäftsführer der Kooperation

und außerdem Regional Vice President Central Europe und Geschäftsführer von Esselte Leitz. Ein Höhepunkt der gemeinsamen Aktivitäten sei - neben gemeinsamen Kundeninformationen - die jährliche Roadshow der Innovationen. Das Erfolgsrezept sei die hohe Qualität - nicht nur bei den Produkten, sondern schon bei der Auswahl der Locations, der Give-aways und natürlich der Mitgliedsunternehmen, die finanzstark seien und sich für mehrere tausend Euro in die Kooperation einkaufen müssten.

MC 2009:

Es wird ein tolles Jahr

In schwierigen Zeiten sind kreative Gedanken und Optimismus der Weg zum Erfolg. Davon haben MC-Mitglieder und -Gäste jede Menge - und verraten, warum 2009 für sie auf jeden Fall ein tolles Jahr wird:

„...“, weil im Herbst in Hagen mit der Eröffnung des Emil-Schumacher-Museums ein absolutes Highlight für die Region entsteht.“ (Martin Roder, USB Deutschland)

„...“, weil das ‚Alte‘ erneuert werden muss - eine tolle Umstellung!“ (Peter Frankl)

„...“, weil wir beschlossen haben, bei der Wirtschaftskrise nicht mitzumachen.“ (Axel Kuhbier, Kuhbier Lubrication+Packaging GmbH & Co. KG)

„...“, weil wir nach vorne schauen und nicht zurück.“ (Yvonne Hinz, Westfalenpost)

„...“, weil man nur gegen den Wind aufsteigen kann.“ (Werner Jaing)

NEUIGKEITEN

MC-Mitglied Berit Seifert hat ein neues Unternehmen eröffnet: „ASS - Akten-Speicher Seifert“. Die Idee dahinter:

Auf Grund von gesetzlichen Vorgaben sind viele Berufsgruppen gezwungen Unterlagen zehn Jahre oder länger aufzubewahren. Bilanzen, Verträge und Urkunden - eine endlose Liste an Dokumenten, die vor allem eins benötigt: Platz. Die Aktenberge blockieren teure Büroflächen.

Berit Seifert hat darin Chancen erkannt und das Unternehmen „ASS - Akten-Speicher Seifert“ gegründet: „Wir haben eine kostengünstige Logistikköpfung nach gesetzlichen Bestimmungen entwickelt, die auch eine Archivierung oder Vernichtung von Altakten bietet.“

> Akten anonym im Speicher

Persönliche Beratung, professionelle Verpackung und diskreter Abtransport in den anonymen Aktenspeicher sind die ersten Schritte. „In unserem Depot werden die Kartons nach Gefahrenklassen sortiert, verplombt und eingelagert. Anhand eines Barcodes finden wir Ihre Unterlagen im Handumdrehen wieder. Sie sparen also bei unserer Lösung nicht nur Lagerkosten sondern auch Arbeitszeit.“, so Berit Seifert. Die Hallen in Hagen werden rund um die Uhr professionell überwacht.



Die Mitarbeiter sind alle Teamworker und für den Umgang mit sensiblen Unterlagen geschult. Nach Ablauf der Fristen übernimmt ASS auch die zertifizierte Vernichtung.

Marketing-Preis ausgeschrieben

Die Ausschreibung für den 18. Marketing-Preis Südwestfalen läuft: In diesen Tagen werden die Nominierungsunterlagen für die begehrte Trophäe an Club-Mitglieder und Interessenten verschickt.

Gesucht werden von der Jury Unternehmen, die vorbildliches Marketing mit Alleinstellungsmerkmalen betreiben. Dabei wird Marketing umfassend als marktorientierte Unternehmensführung verstanden. Der Preis wird der Unternehmensführung verliehen, soll aber gleichzeitig auch diejenigen Personen in den Unternehmen auszeichnen, die in einem besonderen Maße die Marketing-Leistung erbracht haben. Alle MC-Mitglieder werden gebeten, bis 14. August ihren Favoriten für den Preisträger zu nennen. Wer wei-



Aktueller Träger des Marketing-Preises Südwestfalen ist KEUCO.

tere Exemplare der Nominierungskarten benötigt, kann diese im Clubsekretariat anfordern. Verliehen wird der 18. Marketing-Preis Südwestfalen am Dienstag, 12. Januar 2010, im Rahmen der Neujaars-Festveranstaltung im Hörsaal der SIHK zu Hagen.



Bilder an Wänden und auf dem Fußboden, in Regalen und Duschen: So sah die Retrospektive von MC-Ehrenmitglied Arwed Fritsch aus. Anlässlich seines Umzuges nach Hagen hatte der Künstler Werke vergangener Schaffensperioden in seinem leerstehenden Haus in Werdohl arrangiert und inszeniert. Dabei wurde deutlich, wie vielseitig Arwed Fritsch ist. Holz, Aluminium, Papier oder Acryl: Er scheut vor keinem Material zurück und legt sein Augenmerk oft auf den Prozess der Zersetzung und Verwitterung des Untergrundes.

Aktuell

Modeatelier gibt Einblick

Jeder erfolgreiche Geschäftsmann weiß, wie wichtig Trends und Nischen für ein Unternehmen sind - auch Schneidermeisterin Inge Szoltysik-Sparrer. Seit fast 30 Jahren schreibt sie mit ihrem Modeatelier eine Erfolgsgeschichte, ist mehrfache Preisgewinnerin in der Modewelt. Wie dies durch das Besetzen von Nischen gelingen kann, präsentiert sie am Samstag, 20. Juni, beim Tag der offenen Tür. Von 11 bis 16 Uhr gibt es Modenschauen, Atelierführungen, Musik, Kinderspaß und Gaumenfreuden. Dazu sind alle MC-Mitglieder herzlich eingeladen in das Atelier in Hagen-Hohenlimburg, Alter Henkhauer Weg 17a.

Im Blickpunkt: Größere Zielgruppe für den Wissenspreis



Dr. Klaus Fehske

Beiratsmitglied MC Südwestfalen

Bis 15. September 2009 läuft die Ausschreibung für den neuen Wissenspreis des MC Südwestfalen. Der Preis wird im November im Rahmen des Clubdinners vergeben. Wer die Statuten gelesen hat, wird feststellen, dass es einige Neuerungen gibt. Die stellt Jury- und Beiratsmitglied Dr. Klaus Fehske im Interview vor.

Was ist beim diesjährigen Wissenspreis des Marketing-Clubs anders als in den beiden Vorjahren?

Dr. Klaus Fehske: Vorstand und Beirat des Marketing-Clubs Südwestfalen haben beschlossen, den Kreis der Kandidaten für den Wissenspreis deutlich zu erweitern! Wir wollen den Preis in Zukunft an Einrichtungen vergeben, die besonders erfolgreiche und einfallreiche Wege der Wissensvermittlung beschreiten. Zu dieser Zielgruppe gehört ein

breit gefächertes Spektrum; das reicht vom Kindergarten bis hin zum Gymnasium, von der Lehrwerkstatt bis zur AD-Schulung und auch von E-Learning bis Kommunikationstraining.

Was veranlasst den Club überhaupt einen Wissenspreis auszuloben?

Dr. Klaus Fehske: Wir sind der Überzeugung, dass zum erfolgreichen Marketing eines Unternehmens auch eine geeignete Form der Wissensvermittlung gehört. Die beste, kreativste Marketingstrategie eines Unternehmens nutzt nichts, wenn Sie durch mangelnde Kommunikation, Motivation und Information nicht gelebt wird!

Warum lohnt es sich, als Unternehmen, Institution oder auch Verein aus Südwestfalen mitzumachen?

Dr. Klaus Fehske: Es lohnt sich für

alle Mitglieder des Marketing-Clubs Südwestfalen bei der Suche nach geeigneten Kandidaten mitzumachen, da wir selbst aus der Beschäftigung mit einer individuellen Wissensvermittlung lernen und wir auch die Öffentlichkeit auf die Bedeutung einer geeigneten Wissensvermittlung aufmerksam machen können. Neben dem hoch angesehenen Marketingpreis des Marketing-Clubs Südwestfalen haben wir außerdem mit dem Wissenspreis einen zweiten Möglichkeit, auf die Leistungen unseres lebendigen Clubs aufmerksam zu machen und damit auch neue interessante Mitglieder zu gewinnen!

Die Nominierungsunterlagen für den Wissenspreis haben alle Clubmitglieder bereits Anfang Mai erhalten. Weitere Ausschreibungen können im Clubsekretariat angefordert werden, Tel. 02352 540200.

SPONSOR DES ABENDS

Anwaltskanzlei Christian Flügge

Gesponsort wird der nächste Clubabend von der Kanzlei „Christian Flügge, Rechtsanwalt und Sachverständiger“.

Christian Flügge arbeitet schwerpunktmäßig in den Bereichen Wirtschaftsrecht (im Wesentlichen Vertragsgestaltung, arbeitsrechtliche Beratung, Inkasso und allgemeines Zivilrecht) sowie Verkehrsrecht (im Wesentlichen Unfallregulierung und Bußgeldverfahren).

Außerdem ist der Plettenberger Sachverständiger für Beratungsleistungen im Bereich „Financial

Assessment“. Darunter ist die präventive Beratung zum Beispiel bei Immobilienfinanzierungen zu verstehen. Ob der Bau einer Lagerhalle für ein Unternehmen oder der Kauf eines Mehrfamilienhauses als private Altersvorsorge geplant ist: Christian Flügge stellt die Bonität des Käufers fest und listet seine Sicherheiten auf. Auf dieser Basis macht er Vorschläge für einen maßgeschneiderten Finanzierungsplan und bereitet so den Kunden auf sein Gespräch mit Kreditgebern vor, das er auch gerne begleitet. Außerdem beurteilt der Sachverständige verschiedene

Bankangebote für ein Finanzierungsvorhaben. Auch darüber kann ein Gutachten verfasst werden. Unternehmen berät er umfassend im gesamten Bereich der Finanzierung - von der Neufinanzierung bis zur Umschichtung bestehender Kredite. Auch das anschließende Finanzcontrolling gehört zum Portfolio. Desweiteren erstellt Christian Flügge Gutachten zur Vorbereitung eines Rechtsstreits.

