

VORSCHAU / Anmeldung

Vor Ort bei Spelsberg

Was macht der Marktführer Spelsberg einzigartig? Was macht Spelsberg anders? - Darum geht es beim „Marketing vor Ort“ am Dienstag, 18. August, bei der „Günther Spelsberg GmbH + Co. KG“. Das Schalksmühler Unternehmen bietet Lösungen für Elektroinstallationen.

In seiner 100-jährigen Geschichte ist Spelsberg immer ein mittelständisches Familienunternehmen geblieben - mit Verantwortungsgefühl für den Standort, die Mitarbeiter und für die Kunden, denen geholfen wird, im Markt zu bestehen und erfolgreich zu sein.

Bei ihnen wie bei den Mitarbeitern steht der Familienname Spelsberg für langfristige Partnerschaft und Dialog, Kundennähe und höchste Qualität. „Das schafft eine Atmosphäre von Teamgeist und Vertrauen - intern wie extern bei unseren Kunden und Lieferanten, durch die erst besondere Innovationen und Leistungen bei gesundem Wachstum möglich werden“, sagt Geschäftsführer Till Fastabend.

Zum Unternehmen gehören neben einem Zweigwerk in Thüringen seit einigen Jahren eigene Tochtergesellschaften sowie Vertriebsge-

sellschaften in England, Tschechien, Polen, Holland, Spanien und Dänemark. Die Marke Spelsberg wird heute in der Kommunikation stark betont.

Das rasante Wachstum des Unternehmens im Bereich der Serienartikel und die anhaltenden Erfolge im Bereich der Sonderlösungen machen Erweiterungen notwendig. Der neue Bereich Photovoltaik wurde 2007 eine eigene Sparte mit eigener Vertriebsverantwortung.

› Einblick in Betrieb und Marketing-Strategie

2008 erzielt Spelsberg mit über 400 Mitarbeitern einen Umsatz von rd. 75 Millionen Euro und liefert seine anspruchsvollen elektrotechnischen Produkte in über 50 Länder. Durch den „Marketing vor Ort“-Abend, zu dem auch eine Betriebsbesichtigung gehört, führen Geschäftsführer Till Fastabend und Jörn Lindert, Leiter Marketing Services. Sie geben einen Einblick in das Unternehmen sowie in die aktuelle Marketing-Strategie in Sachen Kataloge, Messen und mehr.

Das „Marketing vor Ort“ bei Spelsberg beginnt um 18.30 Uhr im Haupthaus in Schalksmühle, Im Gewerbepark 1.



**MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205**

ANMELDE-FAX

Am „Marketing vor Ort“ am Dienstag, 18. August 2009, bei der Spelsberg GmbH, Im Gewerbepark 1 in Schalksmühle, nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

mit Gast: _____

Sponsor Marketing-Preis Südwestfalen:



DOUGLAS HOLDING



Energie, die bewegt.



Märkische Bank eG
Ihre Volksbank ganz nah

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 Pffiffikus-Agentur GmbH Neuenrader Straße 25 • 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 Juni 2009

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

RÜCKBLICK
Ryanair springt für Lufthansa ein

AKTUELL
Bewerbungsschluss für Marketing-Preis

VORSCHAU
Vor Ort bei Spelsberg



Das MC-Jahreshighlight mit Abtprimas Notker Wolf im Kulturhaus in Lüdenscheid fand nicht nur bei MC-Mitgliedern, sondern auch bei vielen Gästen großen Anklang.

Abtprimas warnt vor zu viel Gier

Die einen waren begeistert, die anderen fasziniert: Abtprimas Notker Wolf war als Referent wirklich ein Jahreshighlight. Beim Besuch zeigte er sich als Redner im Kulturhaus Lüdenscheid genauso sicher wie später als Rockmusiker auf der Bühne: immer mit einer 100prozentigen Präsenz.

Im Mittelpunkt stand der Vortrag „Ehrliche Macher sind gefragt ...“ Der Abtprimas warnte darin vor der Gier und Sucht. Als Gegenmittel nannte er Ehrgefühl, das rechte Maß, Mut zur Wahrhaftigkeit und den Mut, eine Schuld einzugestehen.

In der Podiumsdiskussion mit CDU-Staatssekretär Hartmut Schauerte, dem Hagener Sparkassen-Vorstand Frank Walter, Sewag-Geschäftsführer Ivo Grünhagen und MC-Präsident Thomas Selter forderte der Abt: „Wir müssen die Ethik wieder beleben.“ Und: „Wir brauchen Leute, die die Wahrheit denken und sagen.“ In der aktuellen Finanzkrise helfe die Regierung den Großen, aber dem Mittelstand zu wenig. Diese Ansicht teilte Hartmut Schauerte nicht und wiederlegte sie mit Zahlen. Insgesamt forderten die Podiumsteilnehmer eine differenzierte Sicht der Dinge. (Fortsetzung Seite 3)

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 positives Denken und Handeln positive Veränderung bringt.“ (Berit Seifert, ASS Akten-Speicher Seifert)

„...“, weil wir Optimisten sind.“ (Manfred Claudy, CPC-Werbeberatung)

„...“, weil es eigentlich nur noch aufwärts gehen kann.“ (Hartmut Heckermann)

„...“, weil immer alles anders kommt.“ (Wolfgang Bartnik)

„...“, weil nicht immer nur die Sonne scheinen kann. Man muss auch den Schatten vertragen können; die Wolken ziehen vorüber.“ (Anna Thielen, Unternehmensberatung Thielen)

„...“, weil aus mausegrau jetzt apfelgrün wird.“ (Knut Fessen)

NEU IM CLUB

Martin Buchheister ist Notar und Fachanwalt für Insolvenzrecht. Er ist als Partner für die Kanzlei „Bergfeld & Partner“ tätig. Geworben wurde der Lüdenscheider von Vorstandsmitglied Willi Denecke.

Dr. Roland M. Bäcker ist Gesellschafter-Geschäftsführer in der Kanzlei „Dr. Bäcker Dr. Dohnau Rechtsanwälte Notar“ in Hagen. Er war einige Male schon zu Gast bei Clubabenden, bevor er von Beiratsmitglied Christian Isenbeck geworben wurde.

Klaus-Dieter Schelinski war schon einige Male als Gast von Beiratsmitglied Friedrich-Wilhelm Schmidt bei Clubabenden dabei. Das Programm hat ihn überzeugt, so dass er mit seiner Firma, der EKS Unternehmensberatung, Mitglied geworden ist.

Karin Brauckhaus-Becker war als Gast bei Clubabenden sowie beim Neujahrsempfang dabei. Nun ist sie überzeugt, das Angebot des MC für die eigene Arbeit nutzen zu können. Sie ist Geschäftsführerin der Neuenrader Agentur „plakart“.

Ruth Echterhage ist Diplom-Betriebswirtin und als solche in der Geschäftsführung der Echterhage Holding tätig. Gemeinsam mit Karin Brauckhaus-Becker wurde sie von Melanie Schulte geworben.

Astrid Mergheim leitet bei der Severin_touristik GmbH in Sundern den Vertrieb der Severin_kenya in Deutschland und Großbritannien. Sie wurde von Clubmitglied Axel Brinkschulte von den Vorteilen der Mitgliedschaft überzeugt.

Iris Reiche ist auf Empfehlung von Clubmitglied Susanne Pankok in den MC eingetreten. Ihr Unternehmen, die dynnar GmbH in Hagen, ist im Bereich Datenbanken und Warenwirtschaftssysteme tätig.

So denkt eine Billig-Airline

Der Blick hinter die Marketingkulissen der Billig-Airline Ryanair sorgte beim Juni-Clubabend für Begeisterung. Anja Seugling, Sales Managerin von Ryanair, war als Referentin für den Konkurrenten und Dt. Marketing-Preisträger Lufthansa eingespungen, der den MC trotz Zusage versetzt hatte.



Anja Seugling berichtete von der Denkweise des Billigfliegers Ryanair.

Unterhaltsam wie informativ berichtete Anja Seugling von der Denkweise des Billigfliegers, im Basispaket für den Kunden alles wegzulassen, was unnötige Kosten verursacht, zum Beispiel bewegliche Sitze. „Die können nur kaputt gehen, also lassen wir sie weg.“ So werde selbstverständlich auch auf Werbematerialien wie Kulis verzichtet, selbst für die Mitarbeiter. Seugling: „Wir sind doch oft auf Tagungen, da

liegen meist genug Kugelschreiber herum.“

Vielmehr setze Ryanair auf außergewöhnliche PR. Eine der aufsehenerregendsten Maßnahmen sei gewesen, als Ryanair-Chef O'Leary mit einem Panzer zum Londoner Flughafen fuhr, um dem Konkurrenten „Easy Jet“ den Preiskrieg zu erklären.

Ausschreibung Marketing-Preis

Noch bis 14. August läuft die Ausschreibung für den 18. Marketing-Preis Südwestfalen. Gesucht wird der heimische Marketing-Champion des Jahres 2009.

„Unternehmen müssen jetzt gehalten und ihre ganze Marketing-Expertise ausspielen, damit sie in der Krise gewinnen oder gestärkt aus ihr hervorgehen“, erklärt Bernd M. Michael, Präsident des Deutschen Marketing-Verbandes. Und: „Vorbildliche Erfolgsgeschichten sind jetzt gefragt, um andere Unternehmen zu inspirieren und eine Aufbruchstimmung zu erzeugen.“

Mit dem Südwestfälischen Marketing-Preis prämiiert der MC Südwestfalen ein regionales Unternehmen aus Industrie, Handel oder Dienstleistung, das mit einer herausragenden Marketingleistung nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg erreicht

hat. Der endgültige Preisträger tritt im Januar 2010 in eine Reihe mit den großen Firmennamen der Preisträger vergangener Jahre: Europart, Lobbe, Durable, Wikinger, Hueck, ...

Der Preisträger nutzt die Plattform der großen Preisverleihung in der SIHK zu Hagen, um seine ausgezeichnete Marketingleistung öffentlichkeitswirksam vorzustellen und sich seinen Kunden, seinen Mitarbeitern und seinen Marktpartnern als erfolgreiches marktorientiertes Unternehmen zu präsentieren.

Verliehen wird der 18. Marketing-Preis Südwestfalen am Dienstag, 12. Januar 2010, im Rahmen der Neujahrs-Festveranstaltung im Hörsaal der SIHK zu Hagen.

Wer weitere Exemplare der Nominierungskarten benötigt, kann diese im MC-Clubsekretariat anfordern, Tel. 02352 540200.



Vielseitiger Gast



Ob bei der Signierstunde bei Thalia (Foto oben), beim Eintrag ins Goldene Buch der Stadt Lüdenscheid, bei seinem Vortrag, bei der Podiumsdiskussion (links) oder als Musiker mit „Feedback“ (rechts): Notker Wolf präsentierte sich bei seinem Besuch äußerst vielseitig. Auf jeden seiner Gesprächspartner ging der Abt individuell ein und nahm sich Zeit für so manches Gespräch am Rande.



SPONSOR DES ABENDS

Spelsberg: Kunststoff für Elektrik

Gesponsort wird der nächste Clubabend von der Günther Spelsberg GmbH + Co. KG.

Das Schalksmühler Unternehmen produziert Lösungen für Elektroinstallationen. Gegründet wurde es 1904 als „Kaiser & Co.“ von Walther Kaiser und Ernst Spelsberg. Zu den ersten Produkten zählten u. a. Isolierrohr, Befestigungs- und Verbindungsmaterial, meist aus Metall.

Im Jahr 1928 trat Günther Spelsberg als Nachfolger seines im gleichen Jahr verstorbenen Vaters als Geschäftsführer in das Unternehmen ein. In dieser Zeit wurden bereits erste Kunststoffe verarbeitet. Diese

neuen Materialien revolutionierten die Möglichkeiten in der Elektrotechnik. Damit wuchs das Unternehmen und setzte schon in den frühen 30er-Jahren auf moderne Fließbandmontage von Serienartikeln.

Nach dem 2. Weltkrieg wurde Spelsberg endgültig zu einer festen Größe im Bereich der Elektroinstallation. Kaiser & Co. nahm an zahlreichen Fachmessen teil und entwickelte erste Markenprodukte.

1956 trennen sich die beiden Gesellschafterstämme - und die Spelsberg KG entstand. In der Produktion spezialisierte sie sich am Stammsitz in Schalksmühle auf das Kunststoffspritzgießen von hochwertigen Pro-

dukten für die Elektroinstallation. Ende der 70er-Jahre übergab Senior Günther Spelsberg die Firmenleitung an die 3. Generation. Seine beiden Söhne Ulrich und Eckhard begannen, das Unternehmen internationaler aufzustellen und zum technologischen Marktführer der feuchtraumgeschützten Elektroinstallation zu machen. Mit der Tochter Ellen Fastabend und dem 3. Sohn Volker Spelsberg entstand die vierstämmige Gesellschafterstruktur die das Unternehmen noch heute hat.

