

VORSCHAU / Anmeldung

Auf // Auf ins Kunstquartier

Als einer der ersten Besucher nach dem Eröffnungswochenende ist der MC Südwestfalen am **Dienstag, 1. September, zu Gast im Hagener Kunstquartier** mit dem neuen Emil-Schumacher-Museum und dem erweiterten Osthaus-Museum. Direktor Dr. Tayfun Belgin ermöglicht einen exklusiven Einblick in die neuen Ausstellungen und das Marketing.

Dabei erwartet die Clubmitglieder nicht nur ein ganz spezieller Blick auf die Präsentationen im Osthaus-Museum sowie im Emil-Schumacher-Museum; Dr. Belgin wird seinen Blick bei der „Marketing vor Ort“-Führung besonders auf die Verbindung von Kunst und Marketing richten. So

steht der Abend - nach einem Zitat des Malers Emil Nolde - unter dem Motto „Harmlose Bilder sind selten etwas wert“.

> Lebenswerk eines Expressionisten

Im Rahmen der Führung durch das neue Kunstquartier stehen der Neubau des Emil Schumacher Museums sowie die Wiedereröffnung des Osthaus Museums Hagen im Mittelpunkt, das 1902 als Folkwang Museum eröffnet wurde. Beide Häuser bieten einen spannenden Einblick in die Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts.

Das „Marketing vor Ort“ im Kunstquartier beginnt am 1. September um 18.30 Uhr im Foyer, Museumsplatz 1 in Hagen. Navi-Adresse: Hochstraße 73.



Das Kunstquartier besticht durch moderne Architektur. Im Schumacher-Museum werden über 500 Werke - Gemälde, Arbeiten auf Papier, Keramiken und Porzellane - Emil Schumachers gezeigt.



ANMELDE-FAX

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

Am „Marketing vor Ort“ am Dienstag, 1. September 2009, 18.30 Uhr, im neuen Hagener Kunstquartier 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 August 2009

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

VORSCHAU
Vor Ort im Kunstquartier

AKTUELL
Marketing-Tag für die neue Realität

AKTUELL
Über den Wert von Bildern



Motiviertes Personal und klug konstruierte Werkzeuge, die vielfältig einsetzbar sind, bilden bei Spelsberg ein Fundament für die hohen Umsatzzuwächse der vergangenen Jahre.

Meilensteine aus Schalksmühle

Innovative Produkte, tolles Arbeitsklima, vorbildliches Marketing: bei der Günther Spelsberg GmbH & Co. KG setzt sich der Erfolg aus den bekannten Zutaten zusammen. Das wurde beim August-Clubabend vor Ort in Schalksmühle deutlich.

Rund 50 Clubmitglieder nutzten die Gelegenheit, hinter die Kulissen des international erfolgreichen Familienbetriebes zu blicken, der mit seinen rund 450 Mitarbeitern der führende

Hersteller im Elektroinstallations-, Gehäuse- und Photovoltaikbereich ist. Nach einer Betriebsbesichtigung gab Geschäftsführer Till Fastabend den Marketing-Profis einen Einblick in die Firmengeschichte und vor allem die Meilensteine der technischen Entwicklungen des Unternehmens, von denen viele vor allem durch ihre Einfachheit bestechen. Gepaart mit der Qualität nannte Till Fastabend das als wesentlichen Bestandteil des Erfolgsrezeptes.

(Fortsetzung Seite 2)

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 der Marketing-Club Südwestfalen wieder ein überaus gutem Jahresprogramm vorgelegt hat.“ (Michael Vollbracht)

„...., weil wir uns auf die Landesgartenschau 2010 in Hemer freuen.“ (Michael Esken, Bürgermeister der Stadt Hemer)

„...., weil ich schon jetzt an dem Aufschwung nach der Krise arbeite.“ (Inge Szoltysik-Sparrer, Modeatelier Szoltysik)

„...., weil es mir Spaß macht, gegen den Trend zu arbeiten.“ (Wolfgang Kuhlmann)

„...., weil Krise auch immer Chance bedeutet: die Chance das anzupacken, was wir können - und die Finger von dem zu lassen, was wir nicht können.“ (Susanne Pankok)

Cross-medial und auf Messen stark präsent

(Fortsetzung von Seite 1) Im Anschluss an die Firmenbesichtigung und die Ausführungen von Spelsberg-Geschäftsführer Till Fastabend öffnete Marketing-Chef Jörn Lindert sein Strategie-Schatzkästchen: Er präsentierte den MC-Mitgliedern den neuen, klaren Markenauftritt von „Spelsberg“ und nahm sie mit auf eine kleine Reise des Cross-media-Publishing.

Jörn Lindert erläuterte die Hintergründe zum Internetauftritt, zu Werbegeschenken und Messeauftritten sowie dem aufwändig produzierten Produktkatalog von Spelsberg, von dem es für die Handwerker sogar auch eine Mini-Ausgabe für die Jackentasche gibt. Ebenfalls enorm: Spelsberg beteiligt sich an über 60 Messen pro Jahr.



Till Fastabend entführte die MC-Mitglieder in die Produktwelt des erfolgreichen Familienunternehmens inmitten der Schalksmühler Höhenlagen.

Einladung zum Marketing-Tag in der „neuen Realität“

Die Eintrittspreise sind halbiert, die Hotelkosten auch. Flug oder Bahn: alles Schnäppchenpreise beim 37. Deutschen Marketing-Tag in Berlin. Dazu sind am 30. Oktober alle Club-Mitglieder herzlich in die Hauptstadt eingeladen. Am Abend wird der Deutsche Marketing-Preis verliehen.

Der Marketing-Tag steht in diesem Jahr unter dem Motto „Keine Kompromisse. Marketing der neuen Realität.“ Dabei ist für DMV-Präsident Bernd M. Michael „Genügsamkeit“ das neue Stichwort. Der amerikanische Präsident Obama drückte es so aus: „Frivolity is over. Frugality is the new cool.“

Im Mittelpunkt des Marketing-Tages soll die Auseinandersetzung stehen: der offene, lebendige Diskurs über das Marketing von Morgen. Ideen

und Anregungen dazu sollen nicht nur die Keynote-Sprecher wie Peter Würtenberger von der Axel Springer AG geben, sondern vor allem auch die Teilnehmer selbst in den Workshops.

› Konzentriert, praktisch und spannend

Es geht um den Stoff, der zeigt, wie Marketing-Profis die Krise - pardon - die „neue Realität“ erfolgreich vergessen machen. Es geht um Tipps, die übertragbar sind auf das eigene Geschäft, sogenannten „Take home value“ - konzentriert, praktisch, spannend.

Zu Gast sind als Redner u. a. Michael Niehaus zum Thema „Was die Philosophie der Wirtschaft zu bieten hat“ und Peter Würtenberger von der Axel Springer AG zum Thema „Herausforderungen - Herausfor-

derungen - Herausforderungen“. In den Workshops geht es zum Beispiel um die Themen „Wer teilt gewinnt. Warum es intelligent ist, nett zu sein“, „Online goes Bewegtbild - Erfolgsfaktoren und Best Practices der Markenkommunikation im Web“, „Ethik, Moral, Werte in der Wirtschaft - geht das überhaupt?“ und „Reputation Management oder die Notwendigkeit der Differenzierung“. Die Teilnahmepreise wurden um die Hälfte gekürzt. So kostet die Teilnahme für MC-Mitglieder 420,- Euro, für Externe 520,- Euro. Für Begleitpersonen wird ein spezielles Ausflugsprogramm angeboten. Mehr Infos und Anmeldeöglichkeiten zum Deutschen Marketing-Tag in Berlin gibt es im Internet unter www.marketingverband.de auf der Startseite. Dort informiert der Deutsche Marketingverband auch über vergünstigte Übernachtungsmöglichkeiten.

Im Blickpunkt: Süße, seichte Auftritte sind nichts wert



Dr. Tayfun Belgin

Museumsdirektor

Der nächste Clubabend vor Ort im neuen „Kunstquartier“ Hagen steht unter dem Titel „Harmlose Bilder sind selten etwas wert“. Museumsdirektor und Clubmitglied Dr. Tayfun Belgin verrät im Interview warum dieses Zitat des Malers Emil Nolde für ihn die Schnittstelle zwischen Kunst und Marketing so treffend beschreibt.

Warum sind harmlose Bilder in der Kunst nichts wert?

Dr. Tayfun Belgin: Weil sie beim Betrachter nicht in Erinnerung bleiben. Wertvoll wird ein Bild erst dann, wenn es etwas auslöst, den Betrachter berührt. Und da haben wir schon den Berührungspunkt mit dem Marketing: Auch dort sind süße, seichte Auftritte ohne Alleinstellungsmerkmale nichts wert.

Ein wesentlicher Teil des neuen Kunstquartiers ist das Emil-Schumacher-Museum. Warum sind die Bilder des Hagerer Künstlers so wertvoll, dass



Entscheidend auch fürs Marketing: Die expressionistischen Werke Emil Schumachers bewegen und bewegen die Betrachter.

ihnen ein eigenes Museum gewidmet wird?

Dr. Tayfun Belgin: Die Bilder von Emil Schumacher sind so viel wert, weil sie etwas bewirken haben und immer noch bewirken. Sie setzen Zeichen!

Welche Art von Zeichen?

Dr. Tayfun Belgin: Die Schumacher-Bilder sind bildlich gewordene Visionen, die weit über das normale, harmlose hinausgehen. Das kann in der Ausstellung jeder selbst erleben. Zu den eindrucksvollsten Merkmalen

seiner Kunst zählt die sinnliche Leuchtkraft seiner Bilder, die in dramatischem Kontrast zur zumeist brüchigen Bildoberfläche steht. Seine Arbeiten entstanden in einem Dialog mit dem Bild an dem er arbeitete. Der noch unbemalten Leinwand wurde „etwas entgegengesetzt“, eine Linie, ein Fleck, bisweilen eine Zerstörung des Malgrundes. Auf jedes neue Element musste eine „Antwort“ gefunden werden, bis ein Zustand eintrat, an dem der Künstler entschied aufzuhören.

Das Kunstquartier mit dem neuen Emil-Schumacher-Museum und dem erweiterten Osthaus-Museum wird am 28. und 29. August mit einem großen Museumsfest eröffnet. U. a. wird auf 1100 Quadratmetern das gesamte Oeuvre Emil Schumachers präsentiert, von den Anfängen in den dreißiger Jahren bis zu den großen Leinwänden der achtziger und neunziger Jahre des 20. Jahrhunderts. Infos: www.kunstquartier-hagen.de

SPONSOR DES ABENDS

Mit Denecke-Consulting gewinnen

Gesponsort wird der nächste Clubabend im Kunstquartier von „Denecke-Consulting“.

„Keiner kann mit Werten führen, die er selbst nicht verkörpert.“ Dieser Grundsatz zieht sich wie ein roter Faden durch das Leistungsspektrum von Denecke-Consulting. Ob es um Vertriebsmaßnahmen, interne Kommunikation, Vermarktung von Finanzprodukten oder Eventmanagement geht: DC entwickelt gemeinsam mit seinen Kunden individuelle

Strategien, Lösungsansätze und Maßnahmen für ihren Erfolg - in Unternehmen, privat oder in Institutionen. Dabei ist die Vorgehensweise immer wieder neu maßgeschneidert - und erfolgreich. Dafür steht Inhaber Willi Denecke mit seinem außergewöhnlichen Erfahrungsschatz: durch sein langjähriges Engagement in namenhaften Unternehmen sowie mit seinen exzellenten Kontakten und Partnern. Damit setzt er sich ein, damit seine Kunden „in der Praxis gewinnen.“

Das Portfolio reicht von der Beratung über die Realisierung von Maßnahmen bis zur Erfolgskontrolle. Dafür kooperiert Willi Denecke mit Experten aus den Bereichen Eventorganisation, Redaktion, Training und grafische Produktion. Referenzkunden sind u. a. ZIMBO, Tchibo, Douglas, Hüssel, Thalia, Christ, Appelrath-Cüpper und andere.



DENECKE CONSULTING