

VORSCHAU / Anmeldung

Profisportler auf dem Schloss

Das Schloss Wocklum in Balve ist die Location für den nächsten Clubabend am Dienstag, 6. Oktober. Mit dabei sind dann prominente Gäste: Für den kurzfristig verhinderten Jürgen Hingsen sind der 2. Bundestrainer der deutschen Springreiter, Hans-Heinrich Engemann, und einer der erfolgreichsten deutschen Wettkampftänzer, Michael Hull, eingesprungen.

Die beiden Sportler erster Klasse werden einen Marketing-Blick hinter die Kulissen des Sports ermöglichen. Unter dem Thema „Warum ist Marketing für den Sport so wichtig“ erläutern die beiden Profis ihre Sichtweisen.

Hans-Heinrich Engemann war und

ist mit seinen selbst ausgebildeten Pferden nicht nur ein international erfolgreicher Trainer, sondern auch Starter im Profi-Reitsport.

> Zehnfacher Weltmeister

Michael Hull werden viele als „Mister Dance“ aus dem Fernsehen kennen: Dort ist er als humorvolles Jury-Mitglied bei der RTL-Tanzshow „Let's dance“ nicht mehr wegzudenken. Sportlich ist er einer der erfolgreichsten deutschen Profitänzer und zehnfacher Weltmeister. Bereits 1980 holte er seinen ersten Weltmeistertitel im Discotanz.

Das sportliche „Marketing vor Ort“ im Schloss Wocklum (Navi-Adresse: Wocklumer Allee) in Balve beginnt am 6. Oktober um 18.30 Uhr.



Michael Hull ist Tanz-Weltmeister. Er bringt seine Fachkompetenz im Fernsehen ein und eröffnet am 22. November vor rund 22 Mio. Zuschauern den Charity-Tanz-Marathon auf RTL.



MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

ANMELDE-FAX

Am „Marketing vor Ort“ am Dienstag, 6. Oktober 2009, 18.30 Uhr, auf Schloss Wocklum in Balve 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 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 September 2009

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Wocklum: Heimat des Reitsports

AKTUELL
Jürgen Klopp wirbt für Brandt

VORSCHAU
Marketing im Profisport



Rund 100 MC-Mitglieder nutzten die Gelegenheit, als eine der ersten Gruppen von Museumsdirektor und Clubmitglied Dr. Belgin durch das Kunstquartier geführt zu werden.

Museumswelt faszinierte

Die Jugendstil-Lounge, die Beleuchtung, die riesigen schwarzen Bilder von Emil Schumacher, die Werte seiner Werke oder die offene Treppe im Glasbau: Das neue Kunstquartier Hagen faszinierte beim September-Clubabend jeden auf seine Weise.

Ein Highlight beim Rundgang war die exklusive Führung, die Museumsdirektor und Clubmitglied Dr. Tayfun Belgin persönlich übernahm. Er präsentierte rund 100 Clubmitgliedern

und Gästen nicht nur die neuen Räume und Ausstellungsstücke im Kunstquartier, sondern auch die Abläufe dahinter. So machte Dr. Belgin gleich zu Beginn deutlich, wo die Schnittstelle von Kunst und Marketing liegt: „Harmlose Bilder sind selten etwas wert“, zitierte er den Maler Emil Nolde. Das bedeute für die Kunst und erst recht für ein Museum, dass nur die Werke Beachtung fänden, die den Betrachter berührten, ihn bewegten und Neues wagten. (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 wir gut aufgestellt sind, viele neue Projekte in Angriff nehmen und auch 2009 zeigen können, was in uns steckt.“ (Ruth Echterhage)

„..., weil mehr und mehr Menschen ihre Potenziale nutzen und nicht abwarten, sondern handeln.“ (Sibylle Hecker)

„..., weil gerade der Klein- und Mittelstand zusammenrücken wird, wir im Team stark sind und es funktionieren wird!“ (Bernd Rust)

„..., weil es in 2008 genug schlechte Nachrichten gab.“ (Andreas Opitz)

„..., weil ich gesund bin und eine gute Familie habe.“ (Ulrich Gregarek)



Dr. Belgin gab den MC-Besuchern einen Einblick in die Entstehungsgeschichten der Bilder, die Emil Schumacher zum Teil über Jahre hinweg immer wieder veränderte, und machte deutlich: Das Marketing ist für einen Künstler genauso wichtig wie das Handwerk.

Mut zum Marketing

(Fortsetzung von Seite 1) **Interessiert hörten die MC-Mitglieder nicht nur den Erläuterungen zu den alten und neuen Kunstwerken im Museum zu, sondern wurden vor allem auch bei den Werten hellhörig.**

Dass ein Schumacher-Bild mit nichts als Farbflächen bis zu 240.000 Euro

wert sei, erschien machen schon fast unvorstellbar. „Hier kommt wieder das Marketing ins Spiel“, erklärte Dr. Belgin.

> Schumacher als Vorreiter seiner Zeit

Sicher habe Schumacher viel Neues ausprobiert, durch seine kreativen

Materialmixe sei er oft ein Vorreiter seiner Zeit gewesen. Aber genauso wichtig wie das Handwerk sei - wie bei den meisten Künstlern - der Mut des Malers gewesen, seine Werke zur Kunst zu erklären. „Sicher können Sie vielleicht auch genau solche Bilder produzieren“, erklärte Dr. Belgin. Aber sie trauen sich nicht zu sagen, das ist jetzt Kunst.“

TIPPS, TERMINE, NEUIGKEITEN

Die **Rechtsanwälte und Notare Stahl, Krafzik und Partner** aus Hagen verfolgen streng das Prinzip der Spezialisierung. Sie sind Fachanwälte für Arbeitsrecht, Bau- und



Interessenten sind in die moderne Kanzlei auf eine Tasse Kaffee eingeladen.

Architektenrecht, Erbrecht, Strafrecht, Versicherungsrecht, Verkehrsrecht und Verwaltungsrecht. Darüber hinaus haben sie anwaltliche Tätigkeitsschwerpunkte im Familienrecht, Mietrecht und in weiteren wesentlichen Rechtsgebieten.

> Auskünfte rund um die Uhr

Das Büro arbeitet auf modernstem Stand beleglos mit der elektronischen Akte - zugunsten einer verkürzten Bearbeitungszeit der Vorgänge. Vor allem die gewerblichen Mandanten schätzen das zertifizierte Qualitätsmanagement von

Stahl, Krafzik und Partner. Und wer möchte, dem stellen die Rechtsanwälte und Notare die persönlichen Akten in einem geschützten Bereich des Internets stets aktuell zur Verfügung. So ist der Bearbeitungsstand jederzeit sichtbar. Wenn sich in der Sache etwas tut, erhält der Mandant sofort eine entsprechende Information per E-Mail. Wer die Hagener Anwälte und Notare näher kennenlernen möchte, ist dort - mit oder ohne Rechtsfall - herzlich willkommen und in der Neumarktstraße zu einer Tasse gutem Kaffee eingeladen.

Stahl Krafzik & Partner Rechtsanwälte Notare

Schloss Wocklum als Heimat der Reiter



Seit mehr als 60 Jahren ist die Bedeutung von Schloss Wocklum als Austragungsort für internationale Reitturniere stetig gewachsen.

Der nächste Clubabend findet im Schloss Wocklum in Balve statt - ein traditionsreicher Ort im Grünen und Heimat internationaler Reitsportveranstaltungen.

Seit 60 Jahren werden dort bedeutende Spring- und Dressurturniere durchgeführt. Bis heute fanden sechs Mal olympische Qualifikationen und sieben Mal Deutsche Meisterschaften statt. Zudem trifft sich dort seit zwei Jahren der internationale Polo-Jet-Set zum German Arena Polo Masters.

SPONSOR DES ABENDS

Brandt: prominent unterstützt

Gesponsort wird der nächste Clubabend im Schloss Wocklum von der **Brandt Zwieback-Schokoladen GmbH + Co. KG**.

Deren neuester Marketing-Schachzug hat - passend zum sportlichen Thema des Clubabends - einen berühmten Sportler als Paten: BVB-Trainer Jürgen Klopp. Er präsentiert seit Ende September die knusprigen Schoko-Minis von Brandt sogar im Fernsehen.

> Sönke Wortmann führte Regie

Die Rückkehr ins TV ist der Auftakt einer langfristigen Kommunikationsstrategie, die die feste Position der Brandt Zwieback-Schokoladen GmbH + Co. KG im familiären Alltag mit dem neuen Claim „Natürlich lecker“ ausbauen soll. Über einen Zeitraum von vier Monaten strahlen vor allem Pro7, RTL, Sat1 und VOX den Spot aus - bis zu 20 Mal täglich und hauptsächlich zur Prime Time. Der Trainer von Borussia Dortmund präsentiert die Vielfalt der Brandt-



BVB-Trainer Jürgen Klopp wirbt im Fernsehen für die Hagener Brandt-Minis.

Minis „Natürlich mit Biss“. „Kaum ist meine Mannschaftsaufstellung mit den Minis Schoko, Kokos, Klassik und Vollkorn Zartbitter perfekt, veranschaulicht die heruntollenden Kids auch schon die besten Spieler“, beschreibt Jürgen Klopp den fröhli-

chen Spot, der noch mit einem weiteren Star aufwarten kann: Regie führte Sönke Wortmann, der deutsche Erfolgsfilme wie „Das Wunder von Bern“ oder „Der bewegte Mann“ gedreht hat.

Jürgen Klopp entschied sich ganz bewusst für seinen neuen Werbepartner: „Brandt Zwieback mag ich schließlich schon seit meiner Kindheit“, bestätigt er. „Ich freue mich auf die Zusammenarbeit und werde mich richtig reinbeißen.“

> Rückkehr der Traditionsmarke

„Die Rückkehr der deutschen Traditionsmarke Brandt ins TV ist nur der Auftakt für viele weitere Initiativen, die dem Handel Wachstum bringen werden“, erläutert Hartmut Lindner, Brandt-Geschäftsführer Marketing und Vertrieb.

Unterstützt wird die TV-Kampagne durch POS-Plakatierungen. Zusätzlich wird der Spot, zu dem es auch ein Making-of geben wird, durch ein Online-Gewinnspiel auf www.brandt-zwieback.de begleitet.