

VORSCHAU / Anmeldung

MC vor Ort bei Medice

Wie entsteht eigentlich ein Medikament wie „Meditonsin“? Und was muss beim Marketing dafür beachtet werden? Darum geht es beim nächsten Clubabend: beim „Marketing vor Ort“ bei Medice - dem aktuellen Träger des südwestfälischen Marketing-Preises.

Der Abend beginnt mit einer kleinen Einführung in die Unternehmensstrategie und das Portfolio des Iserlohner Arzneimittelherstellers, deren bekanntestes Medikament sicher „Meditonsin“ ist. Dazu ermöglicht zunächst Medice-Herstellungsleiter Dr. Reiner Pöstges einen Blick hinter die Kulissen der Arzneimittelherstellung. Dann gibt Marketing-Leiter OTC Thomas Heyd einen Einblick in seinen Arbeitsbereich.

➤ Mehr als ein Slogan: „Heile mit Verstand“

Um das Flaggschiff „Meditonsin“ herum hat das Iserlohner Familienunternehmen in jüngerer Zeit weitere Produkte entwickelt, die es trotz großer Konkurrenz an die Spitze in den Feldern Nierenheilkunde, Kinderheilkunde sowie Kinder- und Jugendpsychiatrie geschafft haben. Noch heute gilt die Unternehmensphilosophie des Gründervaters Gustav

Pütter: „medica mente - heile mit Verstand“. „Meditonsin“ als homöopathisches Mittel gegen grippale Infekte war damals zusammen mit „Medivitan“ (gegen Vitaminmangel-erkrankungen) das erste Flaggschiff des Unternehmens.

➤ Besichtigung der Produktion

Aktuell decken rund 50 Arzneien das Leistungsspektrum ab. Dazu gehören bekannte Mittel der Selbstmedikation (Meditonsin, Soventol, Dorithricin ...) genauso wie rezeptpflichtige Präparate in den Bereichen Nierenheilkunde oder Kinder- und Jugendpsychiatrie. Die Zielsetzung des Preisträgers ist eindeutig: langfristige Wettbewerbsfähigkeit einerseits, deutliche Steigerung der Lebensqualität betroffener Patienten andererseits.

Im zweiten Teil des Abends werden die Teilnehmer die Produktion von der Herstellung bis zum Abfüllen begleiten

Das „Marketing vor Ort“ beginnt am Dienstag, 7. September, um 18.30 Uhr bei Medice, Kuhloweg 37 in 58638 Iserlohn. Anmeldungen werden ab sofort im MC-Clubsekretariat angenommen per Telefon 02352 540200 oder E-Mail an info@mc-suedwestfalen.de. Achtung: Die Teilnehmerzahl ist auf 50 Personen begrenzt!



ANMELDE-FAX

Am „Marketing vor Ort“-Clubabend bei Medice am Dienstag, 7. September 2010, 18.30 Uhr, nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

_____ mit Gast: _____

MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

Sponsor Marketing-Preis Südwestfalen:



Special-Sponsor:



Top-Sponsoren 2010:



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 Piffikus-Agentur GmbH Neuenrader Straße 25 • 58762 Altena Tel. 02352 540200 • Fax 02352 540205 www.mc-suedwestfalen.de

Konzept, Layout, Text und Fotografie Piffikus-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 Juli 2010

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Sonderabend
mit Schwarzkopf

BLICKPUNKT
Präsentation
hat Tradition

VORSCHAU
Medice öffnet
Produktion



Referent und Coach Gerd Wilbrink machte aus dem Clubabend ein kleines Verkaufstraining mit vielen Tipps für jeden Teilnehmer.

Clubabend als Verkaufstraining

Warum absolute Kundenorientierung besser ist als haltlose Produktversprechen und wie das eigene Selbstbild eines jeden zum Unternehmenserfolg beitragen kann, das lernten die Teilnehmer des Juli-Clubabends von Gerd Wilbrink. Der Coach machte aus seinem Referat ein kleines Verkaufstraining.

Dabei machte er deutlich, wie wichtig für Verkäufer ein positives Selbst-

bild und ein gutes Selbstvertrauen ist. „Das wirkt sich direkt auf Ihren Verkaufserfolg aus“, versicherte Gerd Wilbrink. Allerdings: Überheblichkeit sei fehl am Platz. Vielmehr gehe es für einen sehr guten Verkäufer darum, genau hinzuhören und die Bedürfnisse des Kunden zu erkennen – um ihm dann eine maßgeschneiderte Lösung zu präsentieren. Das positive Selbstbild helfe vor allem in schwierigen Verkaufssituationen und -verhandlungen voranzukommen und beim Kunden zu punkten.

2. Halbjahr: gleich zwei Sonderabende

Mit zwei Specials startet der MC in das 2. Halbjahr: Zu den bereits angekündigten Clubabenden an jedem ersten Dienstag im Monat wird es zwei weitere geben:

Am Dienstag, 14. September, ist der aktuelle deutsche Marketing-Preisträger beim MC zu Gast. Im Grohe-Forum auf der Landesgartenschau gibt das Erfolgsunternehmen einen Einblick in seine Marketingstrategie.

Am Donnerstag, 7. Oktober, lädt der MC Südwestfalen mit der Landesgartenschau Hemer 2010 zu einem Abend zum Thema „Event-Sponsoring – Imagefaktor oder Umsatzgenerator.“

(Fortsetzung Seite 2)



Schwarzkopf und die Landesgartenschau sind der Anlass für zwei Sonderabende.

Al Gore und Erich Sixt beim Campus-Symposium

Wissen. Networking. Atmosphäre. Das sind die drei wesentlichen Elemente des 6. Iserlohner Campus Symposiums, bei dem am 2. und 3. September namhafte Redner wie Al Gore und Erich Sixt dabei sind. Marketing-Club-Mitglieder haben dabei einen geldwerten Vorteil:

Durch die Kooperation des Clubs mit dem Campus Symposium erhalten Club-Mitglieder 20 % Nachlass auf die regulären Eintrittspreise.

> Nachhaltigkeit: Realität oder Fiktion?

Organisiert wird das Symposium von Studierenden der privaten Hochschule BiTS diesmal zum Thema „Nachhaltigkeit - gesellschaftliche Realität oder grüne Fiktion?“. Ziel der Konferenz ist es, Trends aufzuspüren, Entwicklungen zu diskutieren und Perspektiven aufzuzeigen. Zu den Referenten gehören neben dem Friedensnobelpreisträger Al Gore und dem SIXT-Vorstandsvorsitzenden Erich Sixt auch Uwe Kleinert (Head of Corporate Responsibility and Sustainability, Coca-Cola) und Petra Esser (Geschäftsführerin Ikea Deutschland). Dazu kommen Referenten aus weiteren namhaften Firmen wie McDonalds, RWE oder der Metro Group.

> Nur Referenten mit Zukunfts-Denke

Dabei stellt das Campus Symposium seit der Gründung nicht nur höchste Ansprüche an sich selbst, sondern auch an seine Referenten: Nur wer Erfahrung, Kompetenz und eine zukunftsorientierte Denkweise miteinander vereint, kann auch Impulse für die Zukunft liefern - so die Philosophie des Symposiums. Mehr Informationen zum Programm und Eintrittspreisen gibt es unter www.campus-symposium.de.

Preisträger aus Schaum geboren

(Fortsetzung von Seite 1) Wenn am 14. September Schwarzkopf als aktueller Träger des deutschen Marketing-Preises beim MC präsentiert, dürfen sich die Besucher mit Schwarzkopf auf einen der besten Global Player der Kosmetikbranche und die stärkste Dachmarke des Unternehmens Henkel freuen.

Zur Schwarzkopf-Welt gehören Haarpflege-, Coloration- und Stylingprodukte. Neben den Marken für den Einzelhandel gehören auch Marken für das professionelle Friseurgeschäft in das Portfolio.

> Wachstumsstark sogar im Krisenjahr

Das Unternehmen legt einen Schwerpunkt auf innovative Produkttechnologien; bis heute wurden über 7600 Patente angemeldet. Um die Produkte erfolgreich am stark umworbene Markt zu platzieren, hat das Marketing in den vergan-



Ein Blick in die Fertigung: Schwarzkopf produziert nach Kundenbedürfnissen.



Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff präsentiert das Unternehmen Schwarzkopf.

genen Jahren Spitzenleistungen vollbracht - und war im Krisenjahr 2009 die europaweit am stärksten wachsende Haarkosmetik-Marke.

„Eine enge Orientierung an den sich ständig ändernden Verbraucherbedürfnissen und -sehnsüchten ist die Grundlage für unsere kreativen Prozesse im Marketing“, erklärt Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff, Corporate Vice President und Leiter der Henkel Marktforschung.

> Marketing-Mix als Erfolgsrezept

Er wird beim MC Südwestfalen die einzelnen Säulen des Schwarzkopf-Erfolges und den dazugehörigen Marketing-Mix vorstellen.

Die Präsentation des deutschen Marketing-Preisträgers beginnt am Dienstag, 14. September, um 18.30 Uhr im Grohe-Forum auf der Landesgartenschau Hemer. Anmeldungen bitte an das Clubsekretariat, Telefon 02352 540200, E-Mail: info@mc-suedwestfalen.de

Im Blickpunkt: Sonderclubabend mit Tradition



Willi Denecke

Vorstandsmitglied und Programm-Verantwortlicher Marketing-Club Südwestfalen

Porsche, Bosch, Bild - die Präsentation der deutschen Marketing-Preisträger hat beim MC Südwestfalen Tradition. Am 14. September ab 18.30 Uhr ist im Rahmen eines Sonderclubabends auf der Landesgartenschau Hemer der aktuelle Preisträger mit einer Präsentation zu Gast: die Firma Schwarzkopf.

Was unterscheidet die Präsentationen des Deutschen Marketing-Preisträgers von anderen Clubabenden?

Willi Denecke: Alleine die Tatsache, dass wir einen Sonderabend anbieten, signalisiert die Bedeutung für unseren Club, seine Mitglieder und hoffentlich viele Gäste. Wenn die deutschen Marketing-Preisträger bei uns zu Gast waren, haben die Teilnehmer immer außergewöhnliche Präsentation erlebt. Die Auszeichnung für exzellente Unternehmen, die mit herausragenden Marketingideen sehr

erfolgreich sind, ist für alle Verantwortlichen im Marketing Vorbild, Ansporn und Erlebnis zugleich. Hinter die Kulissen dieser erfolgreichen Unternehmen schauen zu können und aus erster Hand Hintergrundinformationen zu bekommen, das ist es, was den Unterschied zu unseren anderen Clubabenden ausmacht.

Was dürfen die Besucher von Schwarzkopf erwarten?

Willi Denecke: Zunächst mal mit Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff einen ausgezeichneten Referenten, der uns die Marketingwelt von Schwarzkopf erlebbar werden lässt. Wir werden vor Augen geführt bekommen, wie eine Traditionsmarke zu einer modernen Zeitgeist-Marke verjüngt wurde. Und wir werden verstehen, warum die Entwicklung von neuen Produktkonzepten für alle Mitarbeiter in Marketing, Forschung, Verpackung und Marktforschung zur Verantwortung von allen Mitarbeitern weltweit wurde.

Warum sollte jedes Mitglied noch einen Gast mitbringen?

Willi Denecke: Weil es ein besonderes Marketing-Erlebnis sein wird, bei einem Unternehmen hinter die Kulissen blicken zu dürfen, das in einem sehr aggressiven Wettbewerbsumfeld historische Marktanteilsthronen in allen drei Segmenten Haarpflege, Haarstyling und Haarcolorationen erzielt hat. Ganz nebenbei haben die Teilnehmer mit unserer Veranstaltung auch die Gelegenheit die mit rund 1,7. Milliarden Euro größte Marke des Henkel Konzerns näher kennenzulernen.

Für alle, die frühzeitiger anreisen, wartet der „Zauber der Verwandlung“: Unsere Mitglieder und Gäste können bis zum Veranstaltungsbeginn, durch freien Eintritt, die Welt der Landesgartenschau Hemer genießen. Es gibt also jede Menge Gründe sich dieses Highlight nicht entgehen zu lassen.

Anmeldungen werden ab sofort im MC-Clubsekretariat angenommen.

SPONSOR DES ABENDS

Brand Addition: ein Plus an Service

Gesponsort wird der nächste Clubabend von „Brand Addition“.

Hinter dem Namen steht der Hagerer Fullservice-Dienstleister und Werbeartikelspezialist „Kreyer Promotion Service“. Seit Jahresbeginn firmiert Kreyer mit Schwesterfirmen in Großbritannien, Irland und Hong Kong - als „Brand Addition“. Ziel ist es, sich unter dem Dach einer Marke gemeinsam als europaweit agierender Fullservice-Dienstleister zu positionieren, ohne dabei den lokalen Bezug aus den Augen zu verlieren. Brand Addition in Hagen steht seit

rund 50 Jahren für Kreativität und innovative Dienstleistungen im Bereich Werbeartikel. Der Zusammenschluss als Brand Addition ist für Geschäftsführer Adelfo Marino ein Ausdruck der konsequenten Weiterentwicklung von einer erfolgreichen Handelsvertretung zu einem internationalen Komplettanbieter für Werbeartikel. Die Fullservice-Pakete, die Brand Addition schnürt, lassen keine Wünsche offen: Am Anfang stehen oft Kreativ- und Beratungsleistungen wie die Zusammenstellung eines Standardwerbemittelsortiments oder die Kreation eigener, kundenin-

dividueller Werbeartikel. Konzeption, Beschaffung, Lagerung und Logistik sowie die individuelle Kundenbetreuung gehören zu den Standards im Fullservice-Bereich. „Wir richten für unsere Kunden zudem Help Desks ein, programmieren Webshops - an das CI unserer Kunden angepasst - und kümmern uns nicht zuletzt auch um Nachhaltigkeit in Beschaffungsprozessen sowie die Beachtung aller relevanten Sicherheitsnormen“, zählt Marino auf.

brand addition
creative merchandise solutions