

VORSCHAU / Anmeldung

Lehrmeister aus der Praxis

Er ist bekannt als Deutschlands außergewöhnlichster Verkaufs- und Motivationstrainer - nicht planbar, gewaltig und unvergesslich. Beim Oktober-Clubabend am Dienstag, 5. Oktober, ist er mit seinen markigen Sprüchen und charismatischer Ausstrahlung zu Gast beim MC Südwestfalen: Joachim Bullermann.



Redner, Verkaufstrainer, Marketingberater und im Oktober MC-Referent: Joachim Bullermann.

Sein Vortrag „Keine Angst vor der Zukunft“ bezieht sich vor allem auf kleine und mittelständische Unternehmen. Sie konfrontiert der Profi gerne mit ungeschminkten Wahrheiten und mit seinen Leitsätzen: „Vergiss nie, wer die Rechnung zahlt“ und „Nichts ist schwieriger im Leben, als an andere Leute Geld zu kommen“.

> Klein und fein als Zukunftschance

Marketing und Verkauf hat Joachim Bullermann in Europa genauso wie in Amerika gelernt und gelebt, unter anderem bei WMF, wo er für das hauseigene Tafelsilber zuständig war, beim Haushaltswarenhersteller Silit und bei einem marktführenden Hersteller von Heimwerkerbedarf. Heute gilt Joachim Bullermann als einer der meistbeschäftigten Verkaufstrainer und Redner im deutsch-

sprachigen Raum. Sein Motto lautet „aus der Praxis für die Praxis“. Dabei ist für ihn das Leben, der tägliche Berufsalltag, der beste Lehrmeister! Leidenschaftlich kämpft er für das Überleben der Kleinen gegen die Großen. Bullermanns Appell: „Klein und fein kann die Zukunftschance sein!“ Stolz ist er auf die ihm „verliehenen“ Prädikate „Kreuzritter des Fachhandwerks“ und „Robin Hood der kleinen Unternehmer“.

Der Clubabend mit Joachim Bullermann beginnt am Dienstag, 5. Oktober, um 18.30 Uhr im Arcadion, Lennestraße 91 in 58093 Hagen-Halden. Anmeldungen im MC-Sekretariat unter Telefon 02352 540200 oder per E-Mail an info@mc-suedwestfalen.de.



ANMELDE-FAX

MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

Am Clubabend „Keine Angst vor der Zukunft“ am Dienstag, 5. Oktober 2010, 18.30 Uhr, im Arcadion nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

mit Gast: _____

Sponsor Marketing-Preis Südwestfalen:



Special-Sponsor:



Top-Sponsoren 2010:

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 Piffikus-Agentur GmbH Neuenrader Straße 25 • 58762 Altna 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 September 2010

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Hochkarätiges
Marketing-Podium

AKTUELL
Schwarzkopf
beeindruckte

VORSCHAU
Bullermann
gibt Praxistipps



Bei der Besichtigung der Produktion des Iserlohner Arzneimittelherstellers „Medice“ erfuhren die Clubmitglieder viel Wissenswertes über die Herstellung des Erkältungsmittels „Meditonsin“.

„Meditonsin“ ins Herz geschaut

Mit welchen Marketing-Strategien der Turnaround des Arzneimittels „Meditonsin“ verbunden war, darum ging es beim September-Clubabend vor Ort beim Iserlohner Unternehmen „Medice“.

Der zukunftsorientierte Hersteller und aktuelle südwestfälische Marke-

ting-Preisträger empfing den Marketing-Club dabei nicht nur mit Vorträgen, sondern ermöglichte auch einen Einblick in die Produktion des bekannten Erkältungs-Medikaments. Deutlich wurde: Die jüngste Erfolgsgeschichte ist vor allem Werbe-Psychologie und der absoluten Kunden- ausrichtung - Apotheken und Endverbraucher - zu verdanken.

Sponsoring von Events: Profis im Talk

Am Donnerstag, 7. Oktober, lädt der Marketing-Club gemeinsam mit der Landesgartenschau Hemer 2010 zu einem Sonderabend „Event-Sponsoring - Imagefaktor oder Umsatzgenerator?“:

Dazu hat der Marketing-Club prominente Gäste eingeladen, die mit ihren Unternehmen auf der Landesgartenschau als Sponsor engagiert sind. Was das aus der Marketing-Perspektive bewirkt hat, ist das Thema der Podiumsdiskussion, die Dirk Glaser moderiert. (Fortsetzung Seite 2)



Moderiert wird der Abend von Dirk Glaser, Geschäftsführer der Südwestfalenagentur.

MC-SONDERVERANSTALTUNG AM 7. OKTOBER



Hermann Backhaus, Märkische Bank: „Event-Sponsoring ist für mich wesentlicher Bestandteil eines zukunftsorientierten Dienstleistungsunternehmens!“



Hartmut Dalheimer, Keuco: „Event-Sponsoring ist für mich ein zentraler Baustein, um unseren Unternehmensstandort zu fördern und in seiner Außenwirkung zu stärken.“



Klaus Gisselmann, Schulte Verpackungs-Systeme GmbH: „Event-Sponsoring ist für mich eine neue, positive Erfahrung, muss aber sorgfältig vorbereitet werden.“

Hochkarätiges Podium

(Fortsetzung von Seite 1) **Wie passt eine Landesgartenschau in das unternehmerische Marketing-Portfolio?**

Diese Frage steht am Beginn der Diskussion beim MC-Sonderabend am 7. Oktober. Auf dem Podium: Hermann Backhaus (Märkische Bank), Michael Wiczorek (Lobbe Entsorgung), Hartmut Dalheimer (Keuco), Klaus

Gisselmann (Schulte Verpackungs-Systeme), Dr. Andreas Kricsfalussy (Grohe) und Ivo Grünhagen (Enervie). Sie alle werden von ihren Erfahrungen als Event-Sponsor der Landesgartenschau Hemer 2010 berichten und darüber, ob der Beitrag für ihre Unternehmen eher eine Ausgabe oder eine Investition war. Fakten zur Erfolgsgeschichte Landesgartenschau hat als Einstieg in den Sonderabend

im MC-Programm Hemers Bürgermeister und MC-Beiratsmitglied Michael Esken parat. Gäste sind herzlich willkommen!

Der Sonder-Clubabend „Event-Sponsoring – Imagefaktor oder Umsatzgenerator“ beginnt am Donnerstag, 7. Oktober, um 18.30 Uhr im Café Flora auf der Landesgartenschau. Kostenloser Einlass zur Landesgartenschau für MC-Mitglieder und -Gäste bereits ab 17 Uhr.



Ivo Grünhagen, Enervie-Gruppe: „Event-Sponsoring ist für mich wesentlicher Bestandteil eines zukunftsorientierten Dienstleistungsunternehmens!“



Dr. Andreas Kricsfalussy, Grohe: „Event-Sponsoring ist für mich eine wichtige kommunikationspolitische Maßnahme in unserem Marketing.“



Michael Wiczorek, Lobbe: „Event-Sponsoring ist für mich neben der Übernahme von ökologischer und sozialer Verantwortung eine Investition in die Unternehmenszukunft.“

Schwarzkopf inszeniert Beautywelten

In die Innovationswelt der Haarkosmetikbranche entführte der Deutsche Marketing-Preisträger Schwarzkopf rund 100 MC-Mitglieder und Gäste bei seiner Präsentation im Rahmen eines Sonder-Clubabends auf der Landesgartenschau Hemer 2010.

Dabei machte Referentin Sabine Menzel schnell deutlich, warum die hohe Auszeichnung zu Recht an Schwarzkopf vergeben wurde: Die größte Marke des Henkel-Konzerns investierte in den schwierigen Zeiten 2009 mutig und innovativ ins Marketing - und wurde so die am stärksten wachsende Haarkosmetik-Marke in Europa.

> Innovation als Wachstumsmotor

„Eingeleitet wurde dieser Erfolg allerdings schon 2004 durch die Neuausrichtung unserer Innovationsprozesse“, erklärte Sabine Menzel. Seitdem entwickelten die Mitarbeiter in Marketing, Forschung, Verpackung und Marktforschung ver-



Sabine Menzel ist bei Schwarzkopf Corporate Director Market Research Cosmetics.

stärkt neue Produkte. Für die Ideenfindung werden in den Badezimmern der Konsumenten sogar mehrtägig Kameras aufgebaut, um ihr Konsumverhalten genau zu analysieren. „Genau diese daraus resultierenden Innovationen sind der Wachstumsmotor“, so Menzel. Ein zweiter Erfolgsfaktor liege im Marketingmix von Schwarzkopf, der aus einem modernen Produktdesign und der „Inszenierung von Schönheitswelten“ bestehe.



Rund 100 MC-Mitglieder und -Gäste zeigten sich von der Schwarzkopf-Präsentation im Grohe-Forum auf der Landesgartenschau beeindruckt.

SPONSOR DES ABENDS

Erfolg durch strategische Kreativität

Gesponsort wird der nächste Clubabend von der „Wirkstoffgruppe“, einer inhabergeführten Kreativagentur, die ein Höchstmaß an Kreativität mit interdisziplinärer Strategie verbindet.

Geschäftsführer Jörg Hesse erklärt: „Kreativität bezieht sich für uns auf zwei Aspekte: Die Verdichtung aller Inhalte auf eine kommunikative Leitidee und die Potenzierung der Kommunikationswirkung durch die Verknüpfung aufeinander abgestimmter Mediengattungen. Wir nennen das strategische Kreativität.“

> Für Emotionen und Kribbeln im Bauch

Wichtig ist für Jörg Hesse: „Die Kreativität des Teams darf niemals zum Selbstzweck verkommen, sie wird zielgerichtet gemäß der wirtschaftlichen Ziele des Kunden eingesetzt.“ WIRKSTOFFGRUPPE gestaltet Prozesse zur Neukundengewinnung sowie Aufbau und Festigung von Markenvertrauen für international führende Familienunternehmen, Verbände, Institutionen und anspruchsvolle KMUs.

Der Wirkstoff „Kommunikation“ der Kreativagentur weckt Emotionen, erzeugt ein Kribbeln im Bauch, so dass der Kopf schließlich „Ja“ sagt und den Körper zum Handeln bringt. „Wir hören zu, lesen auch zwischen den Zeilen, hinterfragen und erarbeiten medienübergreifende Lösungen mit mehr Wirkung“, sagt Jörg Hesse. „Dazu bündeln wir mutige Strategen, ungezügelter Querdenker und erfahrene Medienspezialisten zu unkonventionellen Teams, die Unternehmensidentitäten visionär für die Zukunft positionieren - nicht für das hier und jetzt.“



WIRKSTOFFGRUPPE IMAGEPRODUKTION