

VORSCHAU / Anmeldung

Netzwerke im Praxistest für Unternehmen

Facebook, Twitter, Xing & Co. sind auch aus dem Business-Alltag nicht mehr weg zudenken. Der Social-Marketing-Experte Stefan Stengel berichtet beim nächsten Clubabend am Dienstag, 6. September, im Arcadion über Sinn und Zweck der Online-Social-Communities und zeigt deren Grenzen auf.

Dabei richtet Stefan Stengel sein Hauptaugenmerk auf die Nutzungsmöglichkeiten der sozialen Netzwerke Xing, Linked-In, Twitter, Facebook, Skype, Qype, Yasni und auf andere Angebote wie Blogs, Google & Co. für Unternehmen. Die Teilnehmer lernen, welche Netzwerke wie genutzt werden können und was in Profile eingetragen werden sollte und was lieber nicht.

Außerdem gibt Stefan Stengel einen Überblick, wie jeder sehen kann, welche Informationen über ihn oder sein Unternehmen in verschiedenen Portalen veröffentlicht sind.

Stefan Stengel blickt auf eine über 20-jährige Erfahrung als Berater zurück: 1987 entdeckt er den Apple Macintosh für die Druckvorstufe und gründet die maconnection. Bis in die

90-er trainiert der Dienstleister über 1000 Personen in Layout- und Grafikprogrammen. Namhafte Großverlage wie G+J oder Axel Springer gehören zum Kundenkreis. Seit 1995 beschäftigt sich Stefan Stengel mit Internettechnologien. 1996 gründet er mit vier weiteren Gesellschaftern die NetShell, eine Agentur für Neue Medien. 1997 wurde für die Deutsche Post AG konzernweit erste eCommerce-Pilotprojekt realisiert.

➤ Strategien für das Web 2.0

2002 gründet Stefan Stengel das Unternehmen „glocal consult“ mit Niederlassungen in Hamburg und Lübeck. Mittelständische und Großunternehmen aller Branchen gehören zum Kundenkreis der glocal consult. Kundenkommunikation und Web2.0-Strategien stehen im Fokus der Beratungsaufgaben.

Der Clubabend zum Thema „Social Networks“ beginnt am Dienstag, 6. September, um 18.30 Uhr im Arcadion – Haus der Wissenschaft und Weiterbildung, Lennestraße 91, 58093 Hagen. Anmeldungen bitte an das Club-Sekretariat, Telefon 02352 540200 oder über die Homepage www.mc-suedwestfalen.de



MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

ANMELDE-FAX

Am Clubabend „Social Networks“ am
Dienstag, 6. September, 18.30 Uhr, im Arcadion nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

_____ mit Gast: _____

Sponsor Marketing-Preis Südwestfalen:



Special-Sponsor:
publitec ☆ □ 🔊

Top-Sponsoren 2011:

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 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 als 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 2011

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Gesellig in die Sommerpause

AKTUELL
Neue Kandidaten für den Beirat

VORSCHAU
Soziale Netzwerke unter der Lupe

ENERVIE als der „Stromversteh“

Wie kann ein austauschbares Produkt wie Strom vermarktet werden, wenn nicht über den Preis? - Darum ging es beim Besuch des Marketing-Clubs Südwestfalen bei der ENERVIE-Gruppe.

Im Cuno-Forum Herdecke gab Vorstandssprecher Ivo Grünhagen vor über 100 MC-Mitgliedern und Gästen einen Einblick in die Strategie des heimischen Energieversorgers, der inzwischen bundesweit tätig ist.

➤ Gruppe erreicht über 90% der Verbraucher

Neben der Markenvielfalt und Produktbreite setzt ENERVIE vor allem auf die Kommunikation von Innovationsthemen. „Wir reden mit unseren Kunden über Null-Atom-Strom- und Öko-Strom-Angebote“, erläuterte Ivo Grünhagen. „Wenn der Verbraucher auch vielleicht derzeit gar nicht wechseln möchte, so weiß er aber, er könnte es bei uns.“ Ähnlich sei es mit dem Thema E-Mobilität. So bietet ENERVIE über ihre Tochter Mark-E jetzt Elektro-Fahrräder und als eines der ersten Unternehmen ein Lea-



Vorstandssprecher und Clubmitglied Ivo Grünhagen gab dem Marketing-Club im Cuno-Forum Herdecke einen Einblick in die Vermarktungsstrategien der ENERVIE-Gruppen.

ing-Modell für Elektro-Autos an. Gemeinsam mit der Märkischen Bank hat die Mark-E Ende März 2011 ein neues ökologisches Investment in Form eines „KlimaSparBriefs“ aufgelegt. Anleger konnten Anteile über fünf Jahre zu Festzinsen von 3,15 Prozent anlegen und gleichzeitig in Projekte zum Schutz des Klimas investieren. Binnen weniger Wochen war sowohl in Lüdenscheid als auch in Hagen das Gesamtkontingent von jeweils 5 Mio. Euro ausverkauft. Mit diesen und vielen anderen aktuellen Strom(spar)themen „zeigen wir uns als Stromversteh“, so Grünhagen. Damit, gepaart mit gutem Service, erreiche die ENERVIE-Gruppe im heimischen Raum trotz starker Konkurrenz immer noch über 90% der Verbraucher - und sei auf Erfolgskurs. (Fortsetzung Seite 2)



Gesellig beim BBQ

(Fortsetzung von Seite 1) Wie effizient E-Fahrräder sind und wie leise Elektroautos fahren, davon konnten sich die Teilnehmer ebenfalls überzeugen.

Am Cuno-Forum standen beide Gefährte für Testfahrten zur Verfügung. Diese Gelegenheit nutzen die MC-Mitglieder und Gäste gerne. Zum Abschluss des Abends lud die ENERVIE-Gruppe zum gemütlichen Zusammensein bei Live-Musik und Barbecue am Harkortsee ein.



Nach dem Vortrag testeten die MC-Mitglieder Elektroautos und -fahrräder und läuteten dann mit einem geselligen Zusammensein die kleine MC-Sommerpause ein.

TOP-SPONSOR: Sparkasse Hagen

Ohne Sponsoren könnte der Marketing-Club Südwestfalen seinen Mitgliedern so ein hochwertiges und abwechslungsreiches Programm nicht bieten. Einer der Top-Sponsoren, die dies ermöglichen, ist die Sparkasse Hagen:

Frank Walter, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Hagen sagt: „Unser Geschäftsmodell ist moderner denn je: Fair, menschlich, nah.“

Ziel ist es, die Anforderungen von Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt



Frank Walter

in Einklang zu bringen. Die Ausrichtung am Gemeinwohl bei gleichzeitigem Streben nach Erfolg im Wettbewerb ist daher kein Widerspruch, sondern fester Bestandteil des

nachhaltigen Strebens. Nähe, Vertrauen und Verlässlichkeit sind seit Jahrzehnten fest in der Unternehmensphilosophie der Sparkasse Hagen verankert.

Die Geschäftsbeziehungen zu den Kunden bestehen oft schon über mehrere Generationen, die Produkte sind verständlich und richten sich am Bedarf des Kunden aus. Und eine Anlage bei der Sparkasse Hagen ist nicht dasselbe wie eine bei einer anderen Bank. Die Sparkasse nutzt diese Anlagen, um Kredite für Unternehmen oder Infrastrukturvorhaben in der Region zu vergeben – Kredite, mit deren Hilfe der Anleger, seine Familie oder Nachbarn Arbeitsplätze finden.

Von den Gewinnen dieser Einlagen oder Kredite profitieren die Stadt Hagen und ihre Bürger unmittelbar: Allein in 2010 hat die Sparkasse Hagen durch die Zahlung von Steuern, Gehältern, Anschaffung von Wirtschaftsgütern sowie Ausschüttun-



gen und Spenden rund 46 Mio. Euro in den Wirtschaftskreislauf der Region gebracht.

Die Sparkasse macht Geschäfte, mit denen sie sich auskennt, mit Kunden, die ihr vertrauen. Und der Erfolg ermöglicht viel Positives: Die Sparkasse übernimmt Verantwortung, stärkt den Zusammenhalt und erhöht die Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger. Die Sparkasse eröffnet Chancen und gibt Impulse. Die Philosophie wird dabei durch das Motto „Gut für Hagen“ auf den Punkt gebracht.



Beirat: Neue Bewerber stellen sich vor

Bei der Mitgliederversammlung am 22. November steht beim MC die Beiratswahl an. Die neuen Kandidaten im Überblick:

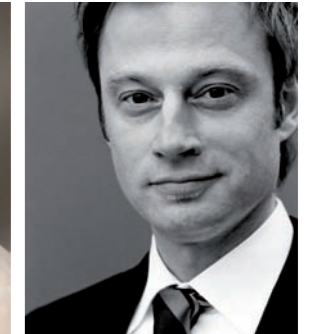
Uwe Hell, Geschäftsführer, praedata Bürosysteme: „Kommunikation ist wesentlicher Bestandteil unseres Marketings. Ich schätze am Marketing-Club den damit verbundenen Erfahrung- und Ideenaustausch – und möchte dies tatkräftig unterstützen.“



Uwe Hell



Martina Kluge



Andreas Loch

> Impulse geben und Neues bewegen

Martina Kluge, Supervisorin/Coach: „Ich weiß, dass es nur mit Engagement gelingt, Dinge zu entwickeln. Das möchte ich einbringen.“

Andreas Loch, Marketing-Leiter, Brandt: „Ich kandidiere, um im MC noch stärker klassische Themen eines Markenartikelherstellers aus dem FMCG-Bereich zu beleuchten und ihm trendartige Impulse zu geben.“

Thomas Scherer, Verkaufsleiter, Spelsberg: „Mit mir würde der Beirat um einen Querdenker bereichert, dessen Herkunft, Berufsweg und Lebenserfahrung dazu geführt hat, dass ich über hohe soziale Geländegän-



Thomas Scherer



Petra Sujatta



Wolfgang Zwiehoff

gigkeit verfüge und ein hohes Maß an interdisziplinärer Kompetenz besitze. **Petra Sujatta**, Marketingleiterin, sam Vertrieb: „Ich kandidiere, weil ich weiß, dass es IMMER eine Möglichkeit gibt – auch wenn sie manchmal nur darin besteht, Dinge anders

zu sehen und davon zu erzählen.“ **Wolfgang Zwiehoff**, Rechtsanwalt, Stahl, Krafzik und Partner: „Ich möchte mit meinem Engagement fördern, was der Club uns seit Jahren bietet: tolle Veranstaltungen, spannende Themen, interessante Kontakte.“

SPONSOR DES ABENDS

HAGENagentur als starker Partner

Gesponsort wird der nächste Abend von der „HAGENagentur Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing & Tourismus mbH“.

Heute müssen Sie Beziehungen haben. Wenn Sie jemanden kennen, der wiederum einen kennt... ist das die halbe Miete auf dem Weg zum Erfolg. Und ein guter Grund, das Team der HAGENagentur kennenzulernen. Dort finden Sie Ansprechpartner, die gerne behilflich sind und von deren Kontakten und Wissensvorsprung Sie profitieren.

Die HAGENagentur ist Schnittstelle

zwischen Wirtschaft, Tourismus, Verwaltung und versteht sich als Dienstleister: Wege ebnen, Immobilien finden, Fördergelder akquirieren, Informationen bündeln und aufbereiten, Investoren und Projekte zusammen bringen... das ist das klassische Profil der Wirtschaftsförderer, die ihr Ohr am Puls der Stadt haben.

Im Bereich des Stadtmarketings bündelt die HAGENagentur die Kräfte der Stadt – aus Verwaltung, Politik und Wirtschaft, aus Wissenschaft, Bildung, Sport und Kultur – in gemeinsamen Aktivitäten. Dazu gehört auch ein Citymanagement, das sich für Handel, Gastronomie und Dienst-

leistungen einsetzt – in der City und den Stadtteilen.

Das lebendige Hagen bietet all das, was man von einer modernen Großstadt erwarten kann. Gemeinsam mit den Unternehmen aus Tourismus, Hotellerie, Gastronomie, Erlebniswelten, Kunst und Kultur präsentiert die HAGENagentur die gesamte, bunte Vielfalt.

Bei der HAGENagentur werden Kunden nicht weitergereicht, sondern bekommen einen kompetenten Begleiter, eine Begleiterin an die Seite gestellt. Partner, die Antworten parat haben und ihre Erfahrung mit Ihnen teilen möchten.