

VORSCHAU / Anmeldung

Dörken: aus der Praxis für die Praxis

Die Ewald Dörken AG ist als innovatives Unternehmen weit über die Region hinaus bekannt. Am Dienstag, 4. Oktober, ist der Marketing-Club Südwestfalen zum „Marketing vor Ort“ dort zu Gast.

Die Branche weiß: Wenn es darum geht, innovative Ideen kreativ umzusetzen, ist die Ewald Dörken AG ganz vorne mit dabei. Kein Wunder: Das mittelständische Familienunternehmen steht genau dafür seit fast 120 Jahren. Mit weltweit 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und den vier Business-Units Bauverbundfolien, Bautenfarben, Beschichtungs- und Pastensystemen für den industriellen Einsatz wird jährlich ein Gesamtumsatz in Höhe von rund 240 Millionen Euro erwirtschaftet.



Karl E. Dörken

Dörken vor allem an den Zielen und Anforderungen der Kunden orientiert. Eine Philosophie, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine sichere Grundlage für ihr eigenes Handeln gibt.

> Kundenzufriedenheit als Führungsinstrument

MC-Mitglied Karl Dörken präsentiert ein Innovationsprojekt aus dem Bereich Marketing/Verkauf, bei dem Kundenzufriedenheit als Führungsinstrument eingesetzt wird. Zur Firmenphilosophie gehört, dass sich

Die „Marketing vor Ort“-Veranstaltung beginnt am Dienstag, 4. Oktober 2011, um 18.30 Uhr, bei Dörken, Wetterstraße 58, 58313 Herdecke. Anmeldungen über das MC-Clubsekretariat: Telefon 02352 540200, E-Mail info@mc-suedwestfalen.de oder über die Club-Homepage www.mc-suedwestfalen.de.



MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

ANMELDE-FAX

Am Marketing vor Ort bei Dörken am
Dienstag, 4. Oktober 2011, 18.30 Uhr, nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

_____ mit Gast: _____

Sponsor Marketing-Preis Südwestfalen:



Special-Sponsor:
publitech ☆ □ 🔊

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 Pffiffikus-Agentur GmbH Neuenrader Straße 25 • 58762 Altna 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 September 2011

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Jurys wählen
Preisträger aus

BLICKPUNKT
Clubdinner in
Traumkulisse

VORSCHAU
Marketing vor
Ort bei Dörken



Stefan Stengel gab in seinem Vortrag einen Überblick über die Welt der Sozialen Netzwerke und die für Firmen relevanten Kommunikations-Plattformen.

Referent ließ Fragen offen

Um die Marketing-Welten von Facebook, Twitter, Xing & Co. ging es beim September-Clubabend des Marketing-Clubs.

Referent Stefan Stengel machte eine ausführliche Bestandsaufnahme der aktuellen Social-Media-Welt und zeigte dann die Vorteile von Facebook-Marketing für Unternehmen auf. Allerdings: Stefan Stengel blieb bei der eher theoretischen Be-

schreibung der Möglichkeiten und Chancen für Unternehmen: Erhöhung der Website-Besucherschzahl, Aufbau und Pflege eines positiven Markenimages, Neukundenakquise usw. mit kleinem Finanzbudget, aber hoher Aufmerksamkeit. Wie Unternehmen aber konkret eine Facebook-Kampagne für ihr Unternehmen planen und umsetzen, das blieb am Ende des Abends trotz mehrerer Nachfragen offen.

Facebook: Thema wird vertieft

Keine Frage: Die Besucher des September-Clubabends waren mit der Oberflächlichkeit des Social-Media-Vortrages nicht zufrieden - und fragten nach viel mehr praktischen Informationen. Die bietet der Club am 22. November, nach der Mitgliederversammlung.

Bei diesem Zusatztermin soll das Thema „Social Media“ mit mehr praktischem Wissen für Unternehmen und Best-Practise-Anleitungen vertieft werden.

> Rechtliche Aspekte

Der Ablauf an diesem Sondertermin ist wie folgt vorgesehen: Um 17 Uhr lädt der Club im Arcadéon zur Mitgliederversammlung, um 18.30 Uhr beginnt der Sonderclubabend. Dabei wird es vorrangig um das Thema Facebook gehen, auch die rechtlichen Aspekte werden noch einmal ausführlich beleuchtet.

Achten Sie dazu auf weitere Veröffentlichungen.

TIPPS, TERMINE, NEUIGKEITEN

Der Countdown für „Das große Buch über den Märkischen Kreis“ läuft.

„Aus der Region – für die Region“ lautet das Motto für die über 240 Seiten starke Publikation mit mehr als 500 Bildern. Neben der Geschichte und besonderen Entwicklung der 14 Städte werden wichtige Projekte, Vereine und Institutionen vorgestellt. In Geschichten wird auf die geografischen, kulturellen, historischen und wirtschaftlichen Aspekte eingegangen, die die Region prägen und zu dem gemacht haben, was sie heute ist.



> Wirken Sie mit, erzählen Sie ihre Geschichte

In diesem Umfeld werden rund 80 Institutionen und Unternehmen portraitiert. Das geschieht nicht in Form einer klassischen Werbeanzeige, sondern viel mehr wird auf die Geschichte und Philosophie des jeweiligen Unternehmens eingegangen, die zu Wachstum und Erfolg geführt hat. Es geht um interessante Familienunternehmen, Markt- und sogar Weltmarktführer, die alle ihre Wurzeln in der Region haben. „Das große Buch über den Märkischen Kreis“ wird mit einer Erstauflage von 10.000 Exemplaren 2012 im Handel erhältlich sein und über mehrere Jahre den Kreis repräsentieren.

Kontakt: Verlagsbetreuung Limosa, Robin Alexander Schröder, Tel.: 02331 3067107, E-Mail: mk@limosa.de.



Unter dem Motto „Im Blickpunkt: exzellente Kundenorientierung“ ging der Südwestfälische Marketingpreis in diesem Jahr an Alanod.

Preisvergaben: Jurys fleißig bei der Arbeit

Die Wochen nach der Sommerpause sind beim Marketing-Club Südwestfalen traditionell die Wochen, in denen die Jurys tagen: die Jury für den Südwestfälischen Marketingpreis und die für den Wissenspreis.

Beide Preise feiern dieses Mal ein Jubiläum: Der Wissenspreis wird zum 5. Mal vergeben und der Marketingpreis bereits zum 20. Mal. Die Bewerbungen und Nominierungen dafür übertrafen in diesem Jahr alle Erwartungen.

> Im Jubiläumsjahr 32 Nominierungen

So gab es rekordverdächtige 32 Nominierungen für den Südwestfälischen Marketingpreis. Die Jury begutachtete Mitte September alle genannten Unternehmen und ihre jeweiligen Marketing-Leistungen. Am Ende blieben drei potenzielle Preisträger aus Hagen und dem Mär-

kischen Kreis übrig, die nun in der Endrunde stehen. Wer den Preis am 24. Januar in der SIHK entgegennehmen darf, bleibt – wie immer – bis zur Preisverleihung ein gut gehütetes Geheimnis.

> Wissenpreis wird im Parktheater vergeben

Besonderen Wert legt die Jury erstens auf eigenständige Unternehmensaktivitäten, die zum erfolgreichen Absatz von Gütern/Dienstleistungen mit Alleinstellungsmerkmalen führen, und zweitens auf vorbildliches Marketing im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung. Die Preisverleihung wird im Zeichen des Jubiläums stehen und mit einigen Besonderheiten aufwarten. Nicht weniger besonders ist auch die Vergabe des Wissenspreises. Denn der wird im Rahmen des Clubdinner am 8. November im Parktheater Iserlohn und damit in traumhafter Kulisse verliehen. Auch dafür lagen der Jury eine Reihe von Vorschlägen vor.

Im Blickpunkt: Ein Sommernachtstraum mitten im November



Willi Denecke

Vize-Präsident und Teamleiter Clubdinner

Wenn in den nächsten Tagen die Einladungen für das Clubdinner am 8. November versandt werden, ist darauf zu lesen: „Ein Sommernachtstraum im November“. Willi Denecke verrät, wie der MC das möglich macht.

Wo kann man im November im Sauerland am besten vom Sommer träumen?

Willi Denecke: Ich würde sagen am besten dort, wo die Kulisse stimmt. Kurzum: Wir haben uns dieses Jahr das Parktheater Iserlohn als Location für unser Clubdinner ausgesucht. Die Wandlungsmöglichkeiten dort sind fantastisch – und damit meine ich nicht nur Bühne und Zuschauerraum. Die Besucher wer-

den staunen. Wir werden dort unterwegs sein, wo sich seit Jahrzehnten Schauspiel-Berühmtheiten die Klinke in die Hand geben.

Welches Schauspiel erwartet die MC-Mitglieder und ihre Gäste?

Willi Denecke: Das werde ich natürlich noch nicht im Detail verraten; das bleibt wie immer bis zum Abend selbst ein Geheimnis. Aber eines ist sicher: Es wird anders, als alle erwarten, zum Staunen. Sagen kann ich aber schon: Die Kostante an diesem Abend ist der Wissenspreis, den der Club ja in diesem Jahr zum 5. Mal vergibt. Darauf freuen wir uns schon ganz besonders.

Wer steht noch auf der Bühne?

Willi Denecke: Das werden rund 120 Personen sein – und einen Namen

kann ich konkret nennen. Unter anderem konnten wir durch die Beziehungen des Theaterdirektors Josef Jostmann den äußerst gefragten Dr. Peter Schütze als Moderator für unseren Abend gewinnen. Viele werden ihn als Rezitator und Schauspieler kennen, außerdem leitet er seit einigen Jahren die Festspiele am Schloss Hohenlimburg. Er ist promovierter Literaturwissenschaftler und seit Jahren an Stadt- und Staatstheatern in ganz Deutschland tätig. Im Parktheater Iserlohn wird er uns ein bißchen beim Träumen begleiten ...

Anmeldungen für das Clubdinner werden ab sofort im Clubsekretariat entgegen genommen. Der Preis beträgt 55,- Euro pro Person inkl. 5-Gang-Menü, Getränken und Programm.

SPONSOR DES ABENDS

Dörken realisiert Kundenwünsche

Gesponsert wird der Clubabend im Oktober von der Ewald Dörken AG.

Unter dem Dach einer Holding werden vier eigenständige Tochterunternehmen zusammengefasst. Als mittelständisches Unternehmen besitzt die Ewald Dörken AG klare und überschaubare Organisationsstrukturen. Dies schafft eine hohe Flexibilität, um schnell auf die Gegebenheiten des Marktes zu reagieren und die Wünsche und Ziele der Kunden zeitnah und zuverlässig zu realisieren. Am Anfang jeder erfolgreichen Kundenbeziehung steht dabei die Produktleistung. Allerdings begnügt sich das Unternehmen keineswegs damit, innovative und hochwertige Produkte zum richtigen Zeitpunkt an den richtigen Ort zu liefern. Flankiert werden die umfangreichen Marken-

sortimente von vielfältigen Serviceleistungen. Dazu gehören aussagekräftige technische Informationen, Ausschreibungsunterlagen, Schulungen und anwendungstechnische Beratungen am Objekt. Zum Leistungspaket der Dörken AG zählen darüber hinaus auch der Vorverkauf der Produkte durch Verbraucherberatung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, sachorientierte Werbung und maßgeschneiderte Marketingstrategien. Der Produktname DELTA ist dabei als Dachmarke in nahezu allen Bereichen vertreten. Bei der Dörken GmbH & Co. KG werden Grundmauerschutz-, Abdichtungs- und Dränsysteme, Steildachbahnen, Abdeck- und Gerüstplanen, aber auch Garten- und Teichfolien gefertigt. Im Bereich der Steildachbahnen ist dieses Unternehmen Marktführer in Europa. Die Dörken MKS Systeme GmbH &

Co. KG entwickeln und fertigen Mikroschicht-Korrosionsschutz-Systeme, die z. B. weltweit im Automobilbau eingesetzt werden. Dieses Unternehmen ist seit mehr als 30 Jahren Technologieführer im Bereich der Chrom(VI)-freien Mikroschichten. Die CD-Color GmbH & Co. KG bedient den Farbenfachgroßhandel mit den Baufarben-Profimarken DELTA, LUCITE® und CWS-Wertlack und gehört zu den führenden Lack-Spezialisten im deutschen Baufarbenmarkt. Das kleinste Unternehmen in der Dörken-Gruppe ist die Protec® Systempasten GmbH. Sie entwickelt, produziert und vermarktet europaweit Farbkonzentrate für „Point-of-sale“-Mischsysteme im Farbenfachgroßhandel.

