

VORSCHAU / Anmeldung

Sie werden lachen - wir meinen es ernst

Ernstes Thema, launiger Rahmen - der nächste Clubabend ist alles außer gewöhnlich: am Dienstag, 5. Juni, lädt der MC Südwestfalen in Kooperation mit der Sparkasse Hagen zum „Psychologischen Kabarett“ frei nach dem Motto „Sie werden lachen, wir meinen es ernst“.



Dr. Helmut Fuchs

Referent ist Dr. Helmut Fuchs, der für Unternehmen die Gleichung aufstellt: „Gute Stimmung = gute Leistung“. Um eine launologisch gute Grundstimmung zu schaffen und Teams zu Höchstleistungen anzu-

spornen rät er jeder Führungskraft: „Erkenne Dich selbst!“ Im Psychologischen Kabarett geht er mit seinen Zuhörern den ersten Schritt zu ihrer Selbsterkenntnis. Die Intention ist, MC-Mitgliedern und Gästen neuen, positiven Schwung zu geben. Denn Dr. Fuchs ist überzeugt: „Der positiv eingestellte Mensch ist kreativer und ideenreicher, kann besser sehen und hören und ist ungleich erfolgreicher als derjenige, der ständig schlechte Laune hat.“

Dr. Helmut Fuchs ist Gründungspräsident und Verwaltungsrat der European Academy for Training and Development sowie Inhaber und Chef-

trainer der renommierten Trainer-Akademie-München (TAM). Mit der Gründung des Wissenschaftlichen Instituts für angewandte Launologie positioniert Dr. Fuchs die Launologie als eigenständige Teildisziplin der Psychologie. Untersucht werden dort individuelle, organisationelle und institutionelle Stimmungen sowie Wirkungszusammenhänge.

Das „Psychologische Kabarett“ beginnt am Dienstag, 5. Juni, um 18.30 Uhr im Sparkassen-Karree. Anmeldungen werden im MC-Clubsekretariat unter Telefon 02352 540200 entgegen genommen sowie über die Club-Homepage www.mc-suedwestfalen.de



ANMELDE-FAX

**MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205**

Am „Psychologischen Kabarett“ mit Dr. Helmut Fuchs am Dienstag, 5. Juni, 18.30 Uhr, im Sparkassen-Karree nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

_____ mit Gast (45,- Euro): _____

DÖRKEN

Top-Sponsoren 2012:

DOUGLAS HOLDING



Märkische Bank

> Enervie Gruppe

mark

Energie, die bewegt.

Sparkasse Hagen

praedata
BÜROSYSTEME

IT-Systempartner -
drucken, kopieren, faxen, scannen.

WIR DANKEN

auch unseren dauerhaften Unterstützern:
CPC-Werbeberatung, Domröse-Druck,
Gustav Selter.

I M P R E S S U M

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 Mai 2012

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
MC zu Gast im
BITS-Forum

BLICKPUNKT
Ein Kabarett
als Clubabend

VORSCHAU
Teamführung
mal etwas anders

Service-Tipps: Clubabend polarisiert Teilnehmer

Mit viel Humor und schauspielerischen Szenen, mit neuen und bekannten Filmen und Geschichten beleuchtete Vinzenz Baldus beim Mai-Clubabend das Thema Service-Qualität.

Am Ende waren die Meinungen geteilt: Die einen freuten sich über neue Anregungen zur Service-Kultur im eigenen Unternehmen, anderen waren die Inhalte zu bekannt. Und doch kam am Ende eine gute Bewertung mit der Durchschnittsnote 2,2 heraus. Dazu trug auch die humorvoll-freche Art des Vortrages bei, der zeigte: Mitarbeiter wie Krokodile - aggressiv und unfreundlich - braucht niemand. Gute Unternehmen haben echte Service-Delphine: „schnell, dynamisch, dienstleistungsbereit, höflich und nützlich“, machte der Service-Coach Vinzenz Baldus deutlich.

> Teammitglieder zu Botschaftern machen

Er machte auf „Service-Wüsten“ aufmerksam - die jeder schon einmal selbst durchschritten hat und die im eigenen Unternehmen doch schnell übersehen werden. Damit gab er gleichzeitig Anregungen, den eigenen Umgang mit Kunden zu überden-



Anschaulich präsentierte Service-Coach Vinzenz Baldus die verschiedenen Mitarbeiter-Typen.

ken. Das Ziel müsse sein, Service-Oasen zu bieten, von denen die Kunden begeistert seien. Auf dem Weg dorthin gelte es, aus Personal Persönlichkeiten zu machen, aus Beschäftigten Mit-Arbeiter. Vinzenz Baldus riet, jedem Team deutlich zu machen, dass Dienstleistung für „Dienen mit Leistung“ stehe. Liebe und Leidenschaft für Beruf und Kunden seien damit ebenso verbunden wie Leistung und Lernen. Der Weg lohne sich: Nur wer

sich mit seinem Service aus der Masse abhebe, könne zu einer positiv besetzten Marke werden. „Um das zu erreichen, sollten Sie Ihr Team zu einer Delphin-Kultur führen“, riet der Service-Coach. Damit bezeichnete er eine Hochleistungs-Kultur im Unternehmen, zu der hoch kompetente und dienstleistungsbereite Mitarbeiter gehörten. Der Service-Coach riet seinen Zuhörern abschließend: „Machen sie ihre Teammitglieder zu Botschaftern ihrer Marke!“

Im Museum: „All business is local“

Warum engagieren sich Unternehmen für ihren Standort und ihre Region? Was bedeutet eine Region für die Wirtschaft? - Darum geht es beim 1. MC-Sommergespräch am Dienstag, 3. Juli, im Osthaus Museum.

Unter der These „All business is local“ diskutieren Entscheider aus der Region, warum multinationale Markenartikler genauso wie Sauerländer Mittelständler global denken, aber lokal handeln. Moderiert wird das neue Veranstaltungsformat des MC von Stefan H. Kläsener, Chefredakteur der Westfalenpost.

> Innovativer Rahmen

Dabei geht es um die Fragen, welchen Einfluss die Region auf die Wirtschaft hat: Wie wirkt sich ihr Image auf vor Ort ansässige Unternehmen aus? Warum engagieren sich internationale erfolgreiche Unternehmen überhaupt für ihren Standort? In einem innovativen Rahmen, der sowohl Rückmeldungen als auch Fragen aus dem Publikum zulässt, können alle Teilnehmer ihre Erfahrungen und Meinungen einbringen.

> Podium ist hochkarätig besetzt

Auf dem Podium: Matthias Dornbracht (Geschäftsführer Aloys F. Dornbracht), Christian Jacob (Chief Marketing Officer Trilux), Prof. Dr. Peter Vieregge (Geschäftsführer Dr. Vieregge Regionalmarketing & Unternehmensentwicklung, Professor für Gründungsmanagement an der BiTS), Michael Wiczorek (Geschäftsführer Lobbe Entsorgung). Der Clubabend beginnt um 18.30 Uhr im Osthaus Museum in Hagen.



Thomas Selter zeigte: Auch bei Werbearbeiten geht es darum, aus der Masse herauszustechen.

MC-Vorträge bei der BiTS

Die Hochschul-Kooperation mit der Iserlohner Unternehmer-Hochschule BiTS nimmt Fahrt auf: Zwei MC-Mitglieder hielten in den vergangenen Wochen Marketing-Vorträge im Rahmen des BiTS-Forums.

Den Auftakt übernahm Thomas Selter mit seinem Spezialthema „Werbeartikel“. Der ehemalige MC-Präsident machte deutlich: „Der Onkel, der was mitbringt, ist mir lieber als die Tante, die nur Klavier spielt.“ Nicht nur einige Dutzend Studenten, sondern auch die anwesenden MC-Mitglieder waren begeis-

tert von dem lehrreichen wie unterhaltsamen Vortrag des erfahrenen Werbeartikel-Profis. Ging es dabei um die „One-to-one communication“, stand beim zweiten MC-Vortrag die „One-to-many communication“ im Vordergrund:

> Markenführung aus der Praxis

MC-Geschäftsführer Claus Peter Claudy referierte zu seinem Spezialthema „Markenkommunikation“. Der Geschäftsführer der CPC-Werbeberatung gab praktische Anleitungen und Beispiele zur Markenführung in Unternehmen.



Marken-Spezialist Claus Peter Claudy beim Vortrag im BiTS-Forum.

Im Blickpunkt: Kabarett als Impuls für Führungskräfte



Sibylle Hecker

Vorstandsmitglied und Leiterin Programmteam

Gute Stimmung im Team erhöht auch die Leistung. Worauf diese basiert, darum geht es beim nächsten Clubabend. Und dabei gibt es eine Premiere: Die wissenschaftlichen Infos werden im Rahmen eines „Psychologischen Kabarett“ vermittelt. Wie das ins Programm passt, erläutert Sibylle Hecker, Leiterin des MC-Programms.

Ein Kabarett als Clubabend - das gab es beim MC Südwestfalen noch nie. Was hat Sie zu diesem unterhaltsamen Veranstaltungsformat für einen normalen Clubabend bewegt? Sibylle Hecker: Ich hoffe, dass jeder Clubabend unterhaltsame Elemente hat. Denn das kennen wir alle: Wenn wir emotional berührt werden, dann bleiben Inhalte besser haften. Unser Referent Dr. Fuchs hat diese bekannte Erkenntnis mit seinen Erfahrun-

gen neu verpackt und wird sie uns in passender Form darbringen.

Thematisch steht die „Launologie“ im Mittelpunkt, eine Teildisziplin der Psychologie. Wie kann man so ein schwer definierbares Thema wie „Laune“ wissenschaftlich angehen?

Sibylle Hecker: „Sie werden lachen, wir meinen es ernst!“ - so ist der Vortrag überschrieben, und ich bin gespannt, welche Erkenntnisse uns Dr. Fuchs vermittelt. Wissenschaftlich ist gesichert, dass psychischer Stress demotiviert - oder kurz gesagt „schlechte Laune“ erzeugt. Ich bin gespannt darauf, wie wir alle als Zuhörer ganz praktisch mehr über unsere eigene Laune erfahren und diese auch verbessern können.

Wie sind Sie eigentlich auf das Thema „Laune im Unternehmen“ gekommen?

Sibylle Hecker: Unser Jahresthema

ist „Fortschritt durch Wissen“, und dazu gehört es nach meiner Meinung, Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten. Wirtschaft und insbesondere Marketing sind bunt und brauchen für die Weiterentwicklung Impulse aus unterschiedlichen Richtungen. Führung im Unternehmen ist dann erfolgreich, wenn sie Mitarbeiter zu Bestleistungen motivieren kann. Ich möchte gerne in Unternehmen arbeiten, in denen ich in fröhliche Gesichter schaue. Ein Referent, der zeigt, wie und warum gute Laune die einzig zukunftsweisende Lebensgrundlage für uns alle darstellt, ist dazu sicherlich ein wichtiger Schritt. Wir sind davon überzeugt: Positiv eingestellte Menschen sind kreativer und ungleich erfolgreicher als diejenigen, die ständig schlechte Laune haben. Mit dem Clubabend in Form eines Kabarett möchten wir Mitgliedern und Gästen auf dem Weg dorthin eine kleine Hilfestellung geben.

SPONSOR DES ABENDS

Sparkasse setzt auf Werte

Event-Sponsor des nächsten MC-Clubabends am Dienstag, 5. Juni, ist die „Sparkasse Hagen“, die zudem auch Top-Sponsor ist.

Persönliche Nähe ist die Philosophie der Sparkasse - ganzheitliche Beratung bildet die Basis. Die grundlegende Voraussetzung für eine optimale Finanzberatung ist für die Sparkasse Hagen eine detaillierte Analyse der individuellen Ausgangs- und Bedarfssituation. Hierbei zählen nicht nur aktuelle Zahlen, sondern auch die Visionen und die Ziele der Kunden. „Denn nur wer das Ganze im

Blick hat, erkennt die Einzelheiten“, weiß das Sparkassen-Team.

Seit Generationen unterstützt das Hagener Geldinstitut sowohl kleinere als auch mittlere Traditionsunternehmen sowie internationale Konzerne bei ihren Bankgeschäften. Dies aus gutem Grund: Die Sparkasse kennt die Anforderungen, die durch Globalisierung und Veränderung der Finanzmärkte an Unternehmen gestellt werden. Durch ihre langjährige Erfahrung und umfassenden Branchenkenntnisse, verbunden mit der persönlichen Nähe, erfahren die Kunden individuelle Lösungen, schnell und unkompliziert, die ganz auf ihre

Bedürfnisse zugeschnitten sind. Doch es geht der Sparkasse um mehr als „nur“ darum, kompetente Beratung mit neuesten Produkten anzubieten - denn das ist für das Geldinstitut selbstverständlich. Für die Sparkasse sind darüber hinaus Werte wie Vertrauen und Verlässlichkeit von herausragender Bedeutung. Die Sparkasse verspricht: „Wir nehmen uns Zeit für die Anliegen unserer Kunden, denn nur das optimale Finanzkonzept ist gut genug.“

