

VORSCHAU / Anmeldung

Talkrunde: Engagement für die Region

Premiere beim Marketing-Club:
Beim nächsten Clubabend am
Dienstag, 3. Juli, lädt der MC
Mitglieder und Interessenten zu
einem neuen Veranstaltungs-
format ein: zum MC-Sommer-
gespräch. Das Thema: „All busi-
ness is local - was die Region für
die Wirtschaft bedeutet“.



Moderator Stefan H. Kläser

In einer lockeren Talkrunde im
Osthaus Museum diskutieren Ver-
treter heimischer Unternehmen,
warum sich international erfolgrei-
che Firmen lokal engagieren - für
ihren Standort und für die Region.
Moderiert wird der Abend von Stefan
H. Kläser, Chefredakteur der West-
falenpost. Die Talkrunde ist besetzt
mit Matthias Dornbracht (Aloys F.
Dornbracht), Christian Jacob (Trilux),
Prof. Dr. Peter Vieregge (Dr. Vieregge

Regionalmarketing & Unternehmens-
entwicklung) und Michael Wieczorek
(Lobbe Entsorgung).

Das MC-Sommergespräch beginnt am
Dienstag, 3. Juli, um 18.30 Uhr im Ost-
haus Museum Hagen. Anmeldungen sind
im MC-Sekretariat unter Tel. 02352
540200 möglich oder über die Homepage
www.mc-suedwestfalen.de



Matthias Dornbracht



Christian Jacob



Prof. Peter Vieregge



Michael Wieczorek



ANMELDE-FAX

Am MC-Sommergespräch am Dienstag,
3. Juli, im Osthaus Museum nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

_____ mit Gast (45,- Euro): _____

MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

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

Konzept, Layout, Text und Fotografie
Pffikus-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 Haftungs-
ausschluss 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 Ver-
anstaltung in Verbindung stehen und die Erfüllungs- und
Verrichtungsgehilfen aller zuvor genannten Personen
und Stellen, außer jeweils für Schäden aus der Verlet-
zung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit
sowie außer für sonstige Schäden, die jeweils auf einer
grob fahrlässigen und/oder vorsätzlichen schuld-
haften Pflichtverletzung beruhen. Der Ausschluss
gilt für Ansprüche aus jeglichem Rechtsgrund, insbe-
sondere sowohl für Schadensersatzansprüche aus
vertraglicher als auch außervertraglicher Haftung
sowie für Ansprüche aus unerlaubter Handlung.
Stillschweigende Haftungsausschlüsse bleiben von
vorstehender Haftungsausschlussklausel unberührt.

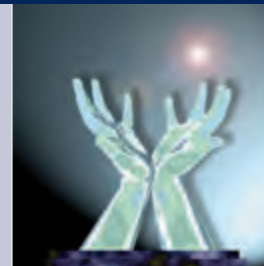
DIALOG

MARKETING-CLUB SÜDWESTFALEN

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband • Berufsverband des Marketing-Managements

Ausgabe Juni 2012

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Wissenspreis
ausgeschrieben

BLICKPUNKT
Neues Angebot
für Firmen

VORSCHAU
Sommergespräch
im Osthaus Museum



Dr. Helmut Fuchs gab vor über 200 Besuchern im Sparkassen-Karree Tipps, wie Führungskräfte von Gefühlsterroristen zu Leistungsmotivatoren werden.

Laune steigert Leistung

Eine ganze Werkzeugkiste voller
Hilfsmittel, um die Laune und
damit die Leistungen im eigenen
Unternehmen zu steigern, gab
es beim Juni-Clubabend. In der
Sparkasse Hagen zeigte der
Launologe Dr. Fuchs, was Füh-
rungskräfte tun können, damit
ihre Teams positiver gestimmt
und damit leistungsstärker sind.

Der Schlüssel liegt für den
Psychologen darin, dass Füh-
rungskräfte selbst positive Signale aus-
senden: von Pessimismus auf Opti-
mismus umschalten. Es gehe darum,
nicht nur das Schlechte, sondern
bewusst das Gute am Tag und in
anderen Menschen zu sehen.
„Probieren Sie es mal, sie können
das trainieren!“, motivierte Dr. Fuchs
die über 200 Zuhörer im Forum der

Sparkasse Hagen. Für die Umset-
zung seiner Tipps im Alltag hatte er
kleine Hilfsmittel wie beispielsweise
den „Launi“ als Währung für ein
Lächeln am Tag parat. Wesentlich für
die Grundstimmung im Unternehmen
seien vor allem ein freundliches
Gesicht, eine freundliche Körperhal-
tung und eine freundliche Stimme
der Mitarbeiter.

(Fortsetzung Seite 2)

Ausschreibung

Wer hat den Wissenspreis verdient?

Der Wissenspreis 2012 ist ausgeschrieben: Zum 6. Mal sucht der MC Südwestfalen Unternehmen, Institutionen und Personen, die besonders erfolgreiche und einflussreiche Wege der Wissensvermittlung beschreiten.

Zu dieser Zielgruppe gehören Kindergärten und Schulen genauso wie Lehrwerkstätten, Unis, Unternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung. Ausgezeichnet werden zum Beispiel Aktionen aus dem Bereich E-Learning genauso wie Gedächtnistraining oder Außen dienstschulungen.

> Wissensvermittlung als Marketing-Aspekt

Die bisherigen Preisträger waren die DEMAG (2007) für ein Azubi-Team-Projekt, die Wirtschaftsjunioren (2008) für das Theater-Projekt „Hey Boss“, die BiTS - Hochschule (2009) für das Campus-Symposium, der Rotary Club Iserlohn-Waldstadt (2010) für das Projekt „Sprache verbindet“ sowie die Stiftung Phaenomena Lüdenscheid (2011) für ihr interaktives Ausstellungskonzept. Hinter der Ausschreibung steht die Überzeugung, dass zum erfolgreichen Marketing eines Unternehmens oder Verbandes auch eine geeignete Form der Wissensvermittlung gehört.

Bewerbungs- und Nominierungsschluss ist der 12. September 2012; der Preis wird am 6. November 2012 im Rahmen des MC-Clubdinner vergeben. Die Ausschreibungsunterlagen sind im MC-Sekretariat erhältlich sowie auch über die Homepage im Internet unter www.mc-suedwestfalen.de.



Über 200 Besucher ließen sich von der guten Laune von Dr. Fuchs anstecken.

Die richtigen Knöpfe drücken

(Fortsetzung von Seite 1) „Wir haben es wissenschaftlich untersucht“, versicherte Dr. Fuchs, „eine positive Stimmung im Unternehmen wirkt sich sofort auf alle Leistungsbereiche der Mitarbeiter aus“.

Dazu zählen für den Psychologen Anstrengungsbereitschaft, Beziehungskompetenz, Gedächtnisleistung und Kreativität. Neben der eigenen Verfassung sei es für jede Führungskraft

auch wichtig zu wissen, was die eigenen Mitarbeiter im Team überhaupt jeden Tag antreibt.

> Launologisch zertifiziert

„Nur wenn Sie die Motivationen und Werte der Mitarbeiter kennen, können Sie auch die richtigen Knöpfe drücken, um ihre Leistungen zu steigern“, versicherte Dr. Fuchs, der Unternehmen seit Jahren launologisch zertifiziert.



Mit kleinen Experimenten verdeutlichte der Launologe seine Ausführungen.

Im Blickpunkt: Über den eigenen Tellerrand schauen



Christian Flügge

Vorstandsmitglied und Leiter Mitgliederteam

Seit Beginn des Jahres bietet der Marketing-Club Südwestfalen Unternehmen die Möglichkeit, eine Firmenmitgliedschaft zu nutzen. Christian Flügge, Leiter des Teams „Mitglieder“, zieht ein erstes Resümee des neuen Angebotes, von dem gleich mehrere Mitarbeiter eines Unternehmens profitieren können.

Wie kommt das neue Angebot bei Mitgliedern und Interessenten an?

Christian Flügge: Die neue Mitgliedschaft kommt gut an, wir haben bereits etliche Firmen, die ihre bestehenden Verträge umgeändert haben.

Von wem wird das Angebot genutzt?

Christian Flügge: Sämtliche Firmenmitglieder schicken nicht nur ihren „Häuptling“ zu uns, sondern haben erkannt, dass Marketing nicht eine Sache von ein bis zwei Personen ist, sondern nur dann im Unternehmen gelebt werden kann, wenn möglichst viele der Mitarbeiter der Führungsebene sich damit identifizieren, auseinandersetzen und den Gedanken weitertragen. Die Teilnehmer bekommen ein Gefühl dafür, in wie vielen Teilbereichen der Unternehmensführung es sinnvoll ist, sich mit richtigem Marketing zu beschäftigen.

Warum, was sind die Vorteile?

Christian Flügge: Mit unserem jährlich unter verschiedenen Themen-

bereichen zusammengefassten Angebot an monatlichen Vortragsveranstaltungen schulen die Firmen ihre Mitarbeiter regelmäßig und geben ihnen die Möglichkeit über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen.

Durch die Firmenmitgliedschaft können gleich mehrere Mitarbeiter von den Angeboten des Clubs profitieren. Nur das erste Mitglied zahlt den vollen Jahresbeitrag (einmalige Aufnahmegebühr 150,- Euro), jedes weitere Mitglied erhält 20 % Nachlass auf den Jahresbeitrag, eine Aufnahmegebühr wird nicht erhoben. Bewerbungsunterlagen gibt es im Clubsekretariat sowie zum Download im Internet auf der MC-Homepage.

SPONSOR DES ABENDS

Individuelle Verpackungen von Beutler

Gesponsert wird der nächste Clubabend, das MC-Sommergespräch, von der Beutler Verpackungssysteme GmbH.

Die Produkte von Beiratsmitglied Kai Beutler und seinem Team sind allgegenwärtig: Jeder benutzt täglich eine Vielzahl von Verpackungen. Ihre Wirkung ist mal unbewusst, mal bewusster. „Wichtig ist die individuelle Wirkung“, weiß Kai Beutler. Die Firma Beutler-Verpackungssysteme GmbH hat sich zum Ziel gesetzt, mit ihrer Verpackung den Kunden zu unterstützen und den Konsumenten ganz bewusst zu erreichen. Dementsprechend ist bei der Konzeption und Entwicklung der Verpackungen - in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden - vor allem die Individua-

lisierung der Verpackung ein Thema. Aktuell arbeitet das Iserlohrer Unternehmen für 25 verschiedene Branchen; es werden über 30 verschiedene Produkte gefertigt, die alle den Ursprung in einer Faltschachtel haben. Dazu werden von Kunden immer mehr auch dreidimensionale Verpackungen, Werbemittelkonzepte, Gedankenspiele und Adventskalender gefordert. Dies ist immer wieder eine neue Herausforderung, in der Konzeption, sowie in der Produktion. Die neueste Innovation basiert auf dem Fortschritt der Technologie. „Auch dadurch verändern sich unsere Produkte“, so Geschäftsführer Kai Beutler. Das Unternehmen hat unter anderem beispielsweise eine individuelle Halterung für Tablet-PCs entworfen, die klein, flexibel und indivi-

duell auf den jeweiligen Nutzer zugeschnitten ist.

Besonders jedoch der Adventskalender hat sich in den letzten Jahren in seiner Form und Bedeutung verändert. Er ist auch ein Werbeartikel geworden, der immer häufiger als nachhaltiger Bekanntheitsverstärker bei der Einführung eines Produktes eingesetzt wird. Die Produktion beginnt bereits im Sommer - und zwar in zig Varianten. Das Leistungsspektrum umfasst neben der originären Produktion auch die händische Konfektionierung, von der kleinen Schokoladentafel, über Kaffeepads bis hin zu Hundeleckerlis.

