

VORSCHAU / Anmeldung

Wissenschaft unterstützt Marketing

Beim nächsten Clubabend am Dienstag, 7. Mai, geht es darum, wie Marketing-Verantwortliche neueste Erkenntnisse der Hirnforschung für den Unternehmenserfolg nutzen können. Referent ist Jörg Baur.

Er ist Professor für Klinische Psychologie und Supervision an der Katholischen Hochschule Nordrhein-Westfalen, Abt. Aachen, Leiter des Masterstudiengangs „Supervision“ und Dozent in den Masterstudiengängen „Kooperationsmanagement“, „Ehe-, Familien- und Lebensberatung - Master of Counseling“ sowie „Klinisch-therapeutische Sozialarbeit“ der Kath. Hochschule NRW.

Jörg Baur fokussiert in seinem Vortrag beispielhafte neurowissenschaftliche Befunde mit ihren möglichen Implikationen für die Praxis des Neuromarketings aus seiner Außenperspektive als Psychologe und Berater. Dabei stellt er neue „hirngerechte“ Marketingkonzepte vor und würdigt sie kritisch insbesondere vor dem Hintergrund ethischer Fragestellungen mit Blick auf oder in das „gläserne Kundengehirn“.

Die Neurowissenschaften haben sich aus Sicht von Prof. Baur in den ver-

gangenen beiden Jahrzehnten zu einer „Leitwissenschaft“ entwickelt. Ziel der Forschung sei, die inneren neuronalen Abläufe und Prozesse bei Menschen besser zu verstehen und nutzbar zu machen. Mit Blick auf das Kauf- und Entscheidungsverhalten von Konsumenten beispielsweise misst die Hirnforschung Emotionen wie Neugier, Angst, Freude sowie unbewussten Prozessen eine weit größere Bedeutung zu als bewussten rationalen Abwägungen. Sie determinieren Willens- und Entscheidungsprozesse in komplexer Weise. Solche Befunde stellen laut Professor Baur bisher gängige Menschenbilder in Frage, die die Vernunft und logische Prozesse stärker betonen.

Der Clubabend „Marketing mit Hirn“ beginnt am Dienstag, 7. Mai, um 18.30 Uhr im Arcadeon, Lennestraße 91 in 58093 Hagen. Anmeldungen werden im Clubsekretariat des Marketing-Clubs unter Tel. 02352 540200 entgegengenommen sowie über die Homepage www.mc-suedwestfalen.de



Prof. Jörg Baur



ANMELDE-FAX

Am Clubabend „Marketing mit Hirn“ am Dienstag, 7. Mai 2013, 18.30 Uhr, im Arcadeon nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

mit Gast: _____

Sponsor Marketing-Preis 2013:

DÖRKEN Event-Sponsoren 2013

Rathaus-Apotheke
Internationale Apotheke Dr. Fehske
in Gesundheitszentrum Badstraße
02331-31665 • www.apotheke-hagen.de

Max Moritz

VELTINS

Top-Sponsoren 2013:
DOUGLAS HOLDING

Sparkasse Hagen

> Enervie Gruppe

mark

Energie, die bewegt.



Märkische Bank

praedata
BÜROSYSTEME

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

WIR DANKEN

auch unseren dauerhaften Unterstützern:
CPC-Werbeberatung und Gustav Selter.

IMPRESSUM

Herausgeber

Dialog ist eine Publikation des Marketing-Clubs Südwestfalen e. V. Geschäftsstelle und Clubsekretariat: c/o Pfiffikus-Agentur GmbH Neuenrader Straße 25 • 58762 Altena Tel. 02352 540200 • Fax 02352 540205 www.mc-suedwestfalen.de

Konzept, Layout, Text und Fotografie Pfiffikus-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.

DIAMLOG

MARKETING-CLUB SÜDWESTFALEN

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

Ausgabe April 2013

www.mc-suedwestfalen.de

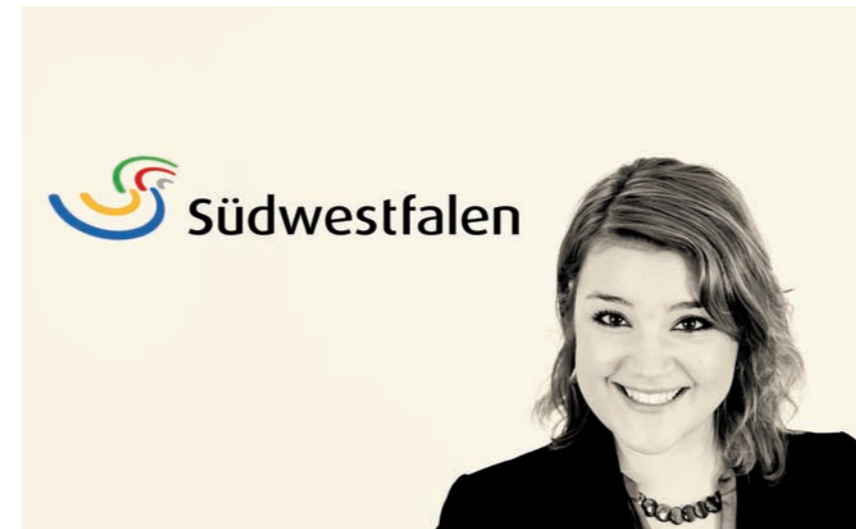


IM INNERN

AKTUELL
Neue Mitglieder für den Club

BLICKPUNKT
Workshop Personalmarketing

VORSCHAU
Marketing mit Hirn



Marie Ting, Regionalmarketing-Managerin, stellte die Kampagne „Alles echt“ vor, die im Mai startet.

Südwestfalen als Top-Region

Südwestfalen ist das Clubgebiet - und Südwestfalen ist das Zielgebiet des Strukturförderprogramms „Regionale 2013“. Davon können heimische Unternehmen bei der Suche nach Fachkräften profitieren. Wie, das zeigte Marie Ting, Regionalmarketing-Managerin der Südwestfalenagentur, beim April-Clubabend.

Für Marie Ting steht fest, dass die Region für alle, die hier leben und

arbeiten, viel zu bieten hat: Weltmarktführer, technische Spitzenleistungen und Familienunternehmen, ehrliche, aufrichtige Menschen, hohen Freizeitwert und erholsame Natur. Das alles seien Pfunde, mit denen die Unternehmen in der Region beim Personalmarketing wuchern könnten. Dafür stellt ihnen die Südwestfalenagentur u. a. die Werbekampagne „Südwestfalen - Alles echt“ zur Verfügung, die Marie Ting im Rathaus Lüdenscheid präsentierte.

(Fortsetzung Seite 2)

Der „Dialog“ wird zum Newsletter

Liebe Clubmitglieder, liebe Interessenten,

Über 80 % von Ihnen haben sich in unserer Umfrage dafür ausgesprochen, den „Dialog“ künftig nur noch digital zu verschicken. Diesem Wunsch kommen wir gerne nach. Denn die Infos als Newsletter zu versenden ist nicht nur „trendy“, sondern auch mit Blick auf den Umweltaspekt sowie Druck- und Versandkosten absolut zeitgemäß.

Daher werden wir ab Mai unsere Medienarbeit umstellen und Ihnen alle Clubinfos jeweils aktuell per E-Mail senden. Das bedeutet nicht, dass Sie sich ganz umgewöhnen müssen: Denn das Konzept mit dem Rückblick auf vergangene Veranstaltungen und der Vorschau auf den nächsten Clubabend, mit den Infos über aktuelle Themen und neue Mitglieder bleibt erhalten.

Ihr

Claas Peter Claudy
Geschäftsführer MC Südwestfalen

Neu im Club

J.D. Geck aus Altena ist als Firmenmitglied neu im Club. Das Altenaer Unternehmen ist Weltmarktführer im Bereich der Produktion von Warenträgern für Shopfitting und Verkaufsförderung. Mitglieder im Club sind Oliver Görlich (Geschäftsführender Gesellschafter), Volker Köller (Vertriebsleiter und Prokurist), sowie Jana Wistrich (Assistentin der Geschäftsführung).

Matthias Lohmann arbeitet neben seiner Tätigkeit als Studiendirektor am Berufskolleg Essen selbstständig im Bereich Personalentwicklung Mediation. Die Themenabende und Begegnungen beim MC hat er schon mehrmals als Gast als Bereicherung empfunden - und sich daher zur Mitgliedschaft entschlossen.

Michael Römer ist Geschäftsführer der inttec GmbH, einem Ingenieurbüro und Systemhaus für Elektro-, Kommunikations- und Medientechnik, Lichtdesign und Multitouchsysteme.

Busch-Jaeger Elektro hat die Einzelmitgliedschaft von Adalbert Neumann in eine Firmenmitgliedschaft umgewandelt. In diesem Zuge ist Christiane Schulte aus Lüdenscheid neu in den Marketing-Club eingetreten. Sie leitet den Bereich Kommunikation Services.

Sudhaus ist ab sofort Firmenmitglied im Club und fertigt mit 210 Mitarbeitern in Iserlohn Werkzeuglösungen. Clubmitglieder sind Dr. Michael Hartmann (Geschäftsführender Gesellschafter) und Tim Schotte (Key-accountmanager).

audalis - Kohler Junge & Partner haben ihre Firmenmitgliedschaft um ein weiteres Mitglied ergänzt: um Steuerberater Tobias Feldner.

„Alles echt“: Unternehmen als Multiplikatoren

(Fortsetzung von Seite 1) Mit Anzeigen, Internet, Social Media, authentischen Geschichten und Testimonials möchte die Südwestfalenagentur jungen und gut ausgebildeten Arbeitskräften - einheimischen genauso wie Arbeitssuchenden aus anderen Regionen - Südwestfalen als Region mit erstklassiger beruflicher und familiärer Perspektive schmackhaft machen.

Zentrale Aussage der „Alles echt“-Kampagne ist die Authentizität der Region: keine Schönfärberei, sondern durchweg belegbare Pluspunkte wie erstklassige Karrierechancen in Familienunternehmen, niedrige Eigenheimpreise, gute Schulen usw. Um die Vorzüge der Region nach außen bekannt zu machen, setzt die Südwestfalenagentur auf die heimischen Bürger und Unternehmen als Multiplikatoren. Daher wurde die Kampagne als Bausteinsystem konzipiert: Firmen können Anzeigen,



Willi Denecke bedankte sich für die interessanten Einblicke in das Regionalmarketing.

Logos, Internetbanner einfach für ihre Zwecke nutzen. Zum Beispiel können sie in Stellenanzeigen auf das neue Internetportal hinweisen. Diese Angebote stießen bei den Teilnehmern auf großes Interesse. Sie regten an, das Regionalmarketing mit dem des Stadtmarketings der Städte in Südwestfalen zu verbinden. Wie Marie Ting versicherte, seien dazu alle Zeichen auf Start. Erste Workshops und Gespräche seien bereits in der Umsetzungsphase.

Neu: www.suedwestfalen.com

Als Serviceleistung nicht nur für Interessenten an der Region Südwestfalen, sondern gerade auch für die heimischen Firmen und Ihre Bewerber eröffnet die Regionale-Agentur ab Mai ein neues Internetportal. Unter www.suedwestfalen.com ist dann ein neues „Schaufenster“ für die Region zu sehen, das jede Menge interessante Infos zum Leben und Arbeiten in Südwestfalen bietet - modern aufbereitet und mit vielen bewegten Bildern. Zudem wird auf Job- und Immobilienbörsen verlinkt. Mitmachen und sich einmischen wird bei den Seiten groß geschrie-

ben: „Wir möchten, dass viele Menschen aus Südwestfalen helfen, die Seite auszubauen“, erklärt Marie Ting. Zu den interaktiven Elementen zählt beispielsweise die Möglichkeit, persönliche Geschichten zur Region und Empfehlungen für besondere Orte oder Freizeittipps einzufügen. Zudem können Besucher der Seite selber Teil der Kampagne werden und eigene Anzeigen und Motive erstellen. Für Marie Ting steht fest: „Je mehr Menschen - auch Unternehmen - mitmachen und mitgestalten, desto besser wird die Seite!“

Konkrete Hilfestellungen beim Workshop „Personalmarketing“

Wie kann ich als Unternehmen gute Fach- und Führungskräfte gewinnen und vor allem dann auch halten? - Um diese Frage ging es beim MC-Workshop „Personalmarketing“.

Die Antworten erarbeiteten sich die 15 Teilnehmer selbst unter der fachkundigen Anleitung von Peter M. Jung, Coach und Spezialist für Personalentwicklung: im Gespräch, beim Branchen-Blick über den Tellerrand, durch die gemeinsame Definition von Personalmarketing für den Mittelstand und durch den Blick auf die schon bestehenden „Hilfestellungen“, die von Institutionen, Verbänden, Vereinen oder auch ganz anderen Einrichtungen in der Region angeboten werden. Zunächst wurde in einer kurzen Vorstellungsrunde die Ist-Situation in den Unternehmen beschrieben: Welche Schwierigkeiten gibt es bei der Gewinnung von Fachkräften und



Die Workshop-Teilnehmer erarbeiteten sich einen Plan für ihr eigenes Personalmarketing.

warum entsteht „Fluktuation“? Im zweiten Schritt dann erarbeiteten die Teilnehmer in zwei Gruppen Lösungspläne, wie 1. Unternehmen ihr Personalmarketing nach außen verbessern können (Internetauftritt, Networking, Aktion „Mitarbeiter werben Mitarbei-

ter“ ...) und wie sie 2. bestehende Fach- und Führungskräfte an das Unternehmen binden können (Wertschätzung, Team-Events, Incentives, kreative Freiräume, ...)

(Ausführlicher Bericht folgt im Mai-Newsletter)

JAHRES-HIGHLIGHT

Erfolg beginnt im Kopf

Am Dienstag, 10. September, ist Oliver Geisselhart - Deutschlands Gedächtnistrainer Nummer 1 - beim MC Südwestfalen zu Gast. Ab sofort können Karten für das Event im Sauerlandpark Hemer bestellt werden.

Oliver Geisselhart ist einer der erfolgreichsten Gedächtnistrainer in ganz Europa. Der Bestsellerautor und Lehrbeauftragte war bereits 1983 Europas jüngster Gedächtnistrainer. Der „Gedächtnis-Papst“ (TV HH1) versteht es in unnachahmlicher Weise mit Witz, Charme und Esprit

seine Zuhörer zu begeistern. Dies brachte ihm schon im Jahr 2000 den Titel „Gedächtnistrainer des Jahres“ ein, dreimal in Folge (ab 2008) wurde ihm der „Conga Award“ verliehen. Bekannt durch ARD, ZDF, RTL, VOX, HR3, SWR1, Bild, Capital, FAZ, Freundin, die Welt, usw. wird er weltweit von Firmen wie Bosch, BASF, DekaBank, Microsoft, Lufthansa, BMW uvm. für Mitarbeiter- und Kundenveranstaltungen gebucht. Dabei fasziniert er die Teilnehmer in nahezu comedyhafter Vortragsweise.

Anmeldung über die Club-Homepage www.mc-suedwestfalen.de



Oliver Geisselhart ist laut ZDF „Deutschlands Gedächtnistrainer Nr. 1“.