



marketingmix

Marketing-Club Bergisch Land e.V. News & Network 2/2015



Liebe Clubfreunde, sehr geehrte Damen und Herren,

mal ganz ehrlich, kommt für Sie Weihnachten auch immer so plötzlich? In diesem Jahr ist es mir zumindest genau so ergangen, denn insbesondere die letzten Wochen im Herbst sind tatsächlich „wie im Flug“ an mir vorbeigezogen. Ein Termin jagte den nächsten, und daran waren auch die Veranstaltungen rund um den Marketing-Club Bergisch Land nicht ganz unschuldig.

Wir haben wirklich tolle gemeinsame Clubabende erleben dürfen nach dem bewährten Motto: Interessante Themen von hochkarätigen Dozenten in besonderen Locations. Angefangen nach der üblichen Sommerpause im August beim amtierenden Präsidenten der IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid Thomas Meyer, der die Gemeinsamkeiten für den Wirtschaftsstandort Bergisches Städtedreieck beschwor. Im September ging es weiter mit der „echten Liebe“ – dem Slogan von Borussia Dortmund, der uns

durch Dennis C. Thom (Leiter Marketing BVB) in den Produktionsräumen von Fahnen Herold näher gebracht wurde. Im Oktober trafen wir uns auf dem Campus Griffenberg, wo uns Jochen Stiebel von der Neuen Effizienz die Bergische Universität als Wachstumsmotor für die Region vorstellte. Und zum Abschluss dann im November der bekannte Management-Trainer Boris Grundl, der im Rossini der Historischen Stadthalle das Thema „Leading Simple® – Führen kann so einfach sein“ erläuterte.

Zusammenfassend darf man wohl trefflich feststellen, dass unser Jahresprogramm unter dem Motto „Region als Wirtschaftsfaktor“ sehr viel Zuspruch gefunden hat: Denn mit durchschnittlich 72 Mitgliedern und Gästen pro Clubabend wurde ein Spitzenwert für unseren Club erreicht. Diesen selbst gesteckten Benchmark gilt es nun auch in 2016 zu erreichen bzw. sogar zu übertreffen. Und hierfür hat unser Programmkomitee um Silke Asbeck und Petra aus dem Siepen mit dem Mega-Thema „Deutschland di-

gital – eine Herausforderung für das Marketing“ eine Jahresthematik angekündigt, auf die wir sicherlich sehr gespannt sein dürfen. Das fertige Jahresprogramm geht Ihnen Anfang 2016 postalisch zu. Merken Sie sich aber schon den ersten Termin: Am 28. Januar 2016 kommt Theresa Schleicher vom Zukunftsinstitut zu uns in den Club!

Abschließend noch ein kurzer Hinweis auf die Aktivitäten unseres Dachverbands: Am 3. Dezember 2015 fand in Stuttgart der Deutsche Marketing Tag mit der Verleihung des Deutschen Marketing Preises an die Hotelgruppe Motel One statt. Eine sehr gelungene Veranstaltung, die mit rund 1.000 angemeldeten Marketingfachleuten restlos ausverkauft war.

Jetzt wünsche ich allen Clubfreunden ein frohes Weihnachtsfest sowie ein glückliches und erfolgreiches neues Jahr.

Ihr Clubpräsident
Erich Giese

Speed Dating auf Schloss Lüntenbeck



Datum: 19. Juni 2015 // **Ort:** Schloss Lüntenbeck // **Thema:** Speed Dating mit Sommerfest // **Organisation:** JuMPs



Das diesjährige Marketing Open des Marketing Clubs Bergisch Land mit anschließendem Sommerfest fand in der Schlossanlage Lüntenbeck statt. Und obwohl sich dieser Juniabend ganz und gar nicht sommerlich präsentierte und die Veranstaltung statt im idyllischen Schlossgarten in den gemütlichen – und vor allem wärmeren – Räumlichkeiten des Restaurants Pilken im Schloss stattfinden musste – der guten Stimmung unter den mehr als 60 Mitgliedern und Gästen tat dies keinen Abbruch.

Die eigentlichen Veranstalter dieses Abends waren die Junior Marketing Professionals (JuMP), der Führungskräfte-Nachwuchs des Marketing Clubs, und die hatten sich zum Einstieg in den Abend etwas Besonderes einfallen lassen. Interessierte waren vor dem eigentlichen Sommerfest eingeladen, an einem Business Speed Dating teilzunehmen. Und nicht nur Clubprä-

sident Erich Giese als einer von über 20 Speed Datern war neugierig, was ihn da wohl erwarten würde.

Neue Kontakte beim Business Speed Dating

Beim Business Speed Dating geht es nicht darum, den Partner fürs Leben zu finden, sondern in kurzer Zeit möglichst viele Businesskontakte zu knüpfen, wie JuMP-Sprecherin Isabel Sandrock erklärte. Die Regeln: Zwei Partner sitzen sich gegenüber und tauschen sich über Beruf und Unternehmen aus und lernen sich so besser kennen. Dafür haben sie allerdings nur drei Minuten Zeit, danach zieht einer weiter zum nächsten Tisch. Auf jeden Fall ist so ein Business Speed Dating eine ziemlich lautstarke Angelegenheit, wie sich auch an diesem Abend zeigte. Und nach einer Stunde hatte dann auch jeder mit jedem gesprochen und fleißig Visitenkarten gesammelt.



„Dies müssen wir unbedingt noch einmal wiederholen“, zeigte sich Clubpräsident Erich Giese von der Veranstaltung begeistert. 39 Mitglieder und 17 Gäste genossen das reichhaltige Grillbuffet und feierten bis spät in den Abend.

„Wir leben von der Wirtschaft!“

Exklusiv stand Thomas Meyer, Präsident der Industrie- und Handelskammer, den Mitgliedern und Freunden des Marketing-Clubs am Clubabend im August zur Verfügung. Vok Dams, Ehrenpräsident des Clubs und Moderator des Abends, bedankte sich für die Gastfreundschaft und schickte Meyers Vortrag gleich eine zentrale Frage voraus: Welche Impulse für den Wirtschaftsstandort Bergisches Städtedreieck könnten aus der Bergischen Wirtschaft und ihrer Selbstvertretung hervorgehen?

„Wenn es der Wirtschaft gut geht, geht es auch uns gut!“, so Meyer. Dies gelte auch für das Bergische Städtedreieck. Dabei müsse die Kooperation zwischen Remscheid, Solingen und Wuppertal im Vordergrund stehen, um den Fokus auf die Region als wirtschaftsstarke Standort zu legen. Dazu gehörten vor allem Themen wie die Vermarktung von Gewerbeflächen, der drohende Mangel von Fachkräften, die Infrastruktur, die Förderung von Existenzgründungen und die Bildung. Die

Bewältigung dieser Aufgaben sei allein gemeinsam möglich – aber auch nur mit handlungsfähigen Städten, mahnte Meyer in Richtung der kommunalen Haushalte. Die IHK werde die Region bei der Vielfältigkeit der anstehenden Probleme tatkräftig unterstützen.

Mit der Gründung der aus der Bergischen Entwicklungsagentur hervorgegangenen Bergischen Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft im März dieses Jahres habe man ein wichtiges Instrument geschaffen, um die Region nach innen wie auch nach außen zu stärken. Seine Position als Vorsitzender des Aufsichtsrates dieser Gesellschaft zeigt, wie wichtig Meyer das Bergische Städtedreieck als Region und seine Darstellung als attraktiver Wirtschaftsstandort ist.



Datum: 25. August 2015 // **Ort:** IHK Wuppertal – Solingen – Remscheid, Wuppertal // **Thema:** „Nur gemeinsam sind wir stark – Der Wirtschaftsstandort Bergisches Städtedreieck“ // **Referent:** Thomas Meyer, IHK-Präsident // **Moderation:** Vok Dams



Viel Applaus erhielt der IHK-Präsident für seinen Vortrag von den 42 Mitgliedern und 13 Gästen. Die zahlreichen Diskussionsbeiträge waren ein Indiz für die Bedeutung des Themas auch aus Marketingsicht.

„Der Verein strahlt über alles!“

In eine schwarz-gelbe Erlebniswelt verwandelte das Team um Marketingleiter Fabian Kehrenberg die Produktionshalle von Fahnen Herold und sorgte so für den perfekten Rahmen für BVB-Markenchef Dennis Thom und seinen Vortrag „In guten wie in schlechten Zeiten - Echte Liebe hält!“. Zunächst erinnerte Thom an die in letzter Minute abgewendete Pleite des Traditionsclubs vor zehn Jahren, aus der man aus eigener Kraft herausgefunden habe.

Genauso schlimm sei auch das Marketing in jenen Zeiten gewesen – „ein schwarzgelbes Drama“, so Thom. Unzählige Logos, uneinheitliche Webseiten, Marketing in alle Richtungen, Abhängigkeit vom sportlichen Erfolg, der sich nun mal nicht kontrollieren ließe – „Damit schaffen Sie kein Bewusstsein für und kein Vertrauen in eine Marke“, weiß Thom. Und so habe man 2008 beschlossen, sich auf einen Schwerpunkt zu konzentrieren: die Identität des Vereins als Marke zu führen. Die, so Thom, bestehe im Kern aus der Intensität des Fußballerlebnisses bei der Borussia, verbunden mit der Echtheit, die den Verein bei seinen Fans so liebenswert macht, der Bindungskraft des Vereins als Heimat und Familie und der Ambition, immer alles zu geben. „Wir mussten nichts erfinden“, betont Thom, „wir haben diese Dinge gefunden!“ Beispielsweise auf der Südtribüne des Stadions, der größten Stehplatztribüne der Welt, von wo rund 25.000 „positiv Verrückte“ ihren Verein in jedem Heimspiel bedingungslos unterstützen.

Mitgliederzahl vervierfacht, Umsatz mehr als verdoppelt

Der Erfolg des Dortmunder Marketings lässt sich an Zahlen ablesen. Seit 2009 ist die Anzahl der Mitglieder von 31.000 auf 128.000 angewachsen – eine Steigerung von

mehr als 300 Prozent. Bemerkenswerterweise kommen von diesen „nur“ 12.000 aus Dortmund, was die Beliebtheit des Clubs auch außerhalb Westfalens zeigt. Und auch der Umsatz stieg in diesem Zeitraum von 110 Mio. Euro auf 276 Mio. Euro.

Ein weiterer Effekt sei natürlich die Rolle des BVB als Wahrzeichen der Stadt. Damit betreibt der Club auch ein wertvolles Standortmarketing für Dortmund und seine Region.

Thoms Fazit: „Wir müssen uns selbst erkennen, wir müssen denken, wie unsere Fans denken, denn – ohne die Fans gibt es kein Markenerlebnis BVB.“



67 Mitglieder und 32 Gäste hatten trotz Verkehrschaos und A46-Sperrung den Weg zu Fahnen Herold gefunden und ließen den rundum gelungenen Clubabend bei Currywurst und Pommes ausklingen.

Wirtschaft trifft Wissenschaft

Gut gewählt war der Lehrsaalkomplex K als Veranstaltungsort des Oktober-Clubabends, denn mit den aus ihr hervorgegangenen Neugründungen, den Fachkräften und zahlreichen Kooperationen mit der Wirtschaft ist die Bergische Universität ein Wachstumsmotor der Region – und genau das war das Thema des Abends.

Moderatorin Petra aus dem Siepen stellte zunächst das Referenten-Duo Jochen Stiebel und Prof. Dr.-Ing. Markus Zdrallek vor. Stiebel, selbst Club-Mitglied, ist seit 2013 Geschäftsführer der Neue Effizienz – Bergische Gesellschaft für Ressourceneffizienz mbH. Der ehemalige RWE-Manager Zdrallek ist Leiter des Lehrstuhls für Elektrische Energieversorgungstechnik an der Uni und Wissenschaftlicher Direktor bei der Neuen Effizienz.

Die 2012 gegründete Neue Effizienz, so erläuterte Stiebel in seinem Vortrag, ist ein Zusammenschluss aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kommunen des Bergischen Städtedreiecks mit dem Ziel, die Ressourceneffizienz in der Region nachhaltig zu verbessern. Und sie findet hier ideale Voraussetzungen: Einerseits gibt es hier überdurchschnittlich viele Unternehmen des produzierenden Gewerbes und Städte mit Bauten aus der Gründerzeit und den

1950er Jahren, andererseits auch renommierte Forschungseinrichtungen wie das Wuppertal Institut. Die Neue Effizienz – als An-Institut der Uni – sieht sich als Vermittler zwischen beiden Seiten, initiiert Projekte wie das erfolgreiche ÖKOPROFIT, betreibt aber auch mit Präsenz auf Messen erfolgreiches Standort-Marketing für diese „Region mit Potential“, die mittlerweile europaweit einen guten Namen hat.

Smart Grids und Happy Power Hour

In der Energiewirtschaft, so Prof. Zdrallek, habe sich in den letzten 10 Jahren mehr gewandelt als in den 100 Jahren davor. Steigender Gesamtenergiebedarf, die wachsende Nutzung erneuerbarer Energien und mehr, vor allem kleinere dezentrale Stromproduzenten, die Energie einspeisen, erfordern intelligente Stromnetze, sogenannte Smart Grids. Dafür wurde an der Uni ein intelligentes Verteilnetzmanagement-System (iNES) entwickelt, das die Netze überwacht und ausgleicht. iNES wird von der SAG GmbH vermarktet. Und mit dem variablen Stromtarif „Happy Power Hour“, ein gemeinsames Projekt der Uni mit den WSW, haben die Unternehmen die Möglichkeit, ihren Energiebedarf an die günstigsten Strompreise auszurichten.



Datum: 29.10.2015 // **Ort:** Bergische Universität, Wuppertal // **Thema:** „Wirtschaft trifft Wissenschaft - Die Bergische Universität als Wachstumsmotor für die Region“ // **Referenten:** Jochen Stiebel und Prof. Dr.-Ing. Markus Zdrallek, Neue Effizienz // **Moderation:** Petra aus dem Siepen



Die 15 Mitglieder und neun Gäste erlebten nicht nur zwei ebenso sympathische wie kompetente Referenten, sondern genossen auch die äußerst delikate Kartoffelsuppe und die Weine des Hochschul-Caterings.

„Führen kann so einfach sein“



Datum: 19.11.2015 // **Ort:** Historische Stadthalle, Wuppertal // **Thema:** „Führung kann so einfach sein“ // **Referent:** Boris Grundl, Managementtrainer, Grundl Leadership Akademie // **Moderation:** Jennifer Stoschek



Zum letzten Clubabend eines äußerst erfolgreichen Clubjahres wurde es noch einmal richtig voll. Zu seiner Jahresabschlussveranstaltung hatte der Club in das Rossini in der Historischen Stadthalle eingeladen und dieser Einladung waren viele Clubmitglieder und Gäste aus guten Gründen gefolgt. Denn nicht nur der Veranstaltungsort mit dem - wie immer - großartigen Catering der Culinaria zog die Teilnehmer an, mit Boris Grundl als Referent in diesen tollen Räumlichkeiten präsentierte der Club zum Jahresende noch einmal ein echtes Highlight und eine willkommene Gelegenheit, kurz vor dem Beginn der Adventszeit noch einmal zusammenzukommen und sich auszutauschen.

Der 50-jährige ehemalige Leistungssportler Boris Grundl ist seit einem Sprung von einer Klippe in Mexiko im Jahr 1990 querschnittsgelähmt und somit auf den Rollstuhl angewiesen. Doch von Anfang an hat er sein Schicksal angenommen, sich nicht auf

die 90 Prozent seines Körpers konzentriert, die von dem Unfall betroffen sind, sondern auf die funktionsfähigen 10 Prozent – und mit dieser Einstellung eine Menge erreicht. Nicht nur hat er sein Studium der Sportwissenschaften erfolgreich beendet und Karriere im Management eines Großkonzerns gemacht. Im Jahr 2001 gründete er seine Akademie für Führungskräfte und ist seitdem erfolgreicher Berater und Trainer und auch Buchautor.

Der Vortrag von Grundl stand unter dem Thema Leading Simple® - sich selbst erkennen, Inhalte umsetzen und mit System führen. Das sind die Antworten darauf, wie man sich selbst führt, wie man sich führen lässt und wie man andere führt. Dabei setzt Grundl das Prinzip der Gießkanne dem des Brennglases entgegen – und meint damit das Verhalten vieler Vorgesetzter gegenüber ihren Mitarbeitern. Oftmals stehe das Gebrauchtwerden im Vordergrund, das Streben nach Status, Harmonie, Beliebtheit

und Sicherheit und damit nach einer gewissen Unverletzlichkeit. Damit jedoch ließe sich die persönliche Entwicklung der Mitarbeiter nicht vorantreiben. Der Fokus müsse vielmehr auf dem Wirken und auf Ergebnissen liegen, auf Verantwortlichkeit, Klarheit und ein Vertrauen, das auch die Auseinandersetzung nicht scheut.



60 Mitglieder und 26 Gäste waren von dem Referenten und seinem mitreißenden Vortrag sehr angetan. Nicht wenige nutzten die Gelegenheit nach der Präsentation, um mit dem Referenten ein kurzes persönliches Gespräch zu führen und einige Aspekte seines Vortrages zu diskutieren.

Ein perfektes Dinner zum Jahresabschluss

Die JuMPs im Marketing-Club Bergisch Land haben das Jahr 2015 bei einem Kochkurs in der Schützengesellschaft am Brill ausklingen lassen – eine willkommene Gelegenheit auch für die im Laufe des Jahres neu in den Club eingetretenen Junioren, die Mitstreiter kennenzulernen und sich am Clubleben zu beteiligen. Die Kochschürzen waren schnell umgebunden und nachdem die Einteilung der Kochteams - ganz klassisch natürlich in Team Vorspeise, Hauptgang und Dessert – erfolgte, war niemand mehr zu bremsen.

Das wunderbare 3-Gänge-Menü wurde unter Anleitung von Küchenchef Fabian Timmer mit viel Spaß und noch mehr neuen Erkenntnissen über das Kochen schnell gezaubert. So wurden neue Kontakte bereits beim

Schnibbeln der dreierlei Bohnen geknüpft, alte aufgefrischt und über das ausschmückende Erzählen der neuesten Entwicklungen auch gleich die weiße Schokolade angebrannt. So heiter und spannend hatten sich die JuMP-Sprecher Isabel Sandrock, Jennifer Stoschek, Fabian Kehrenberg und Nils von der Crone den Abend bestimmt schon bei der Planung vorab ausgemalt. Nachdem Team Vorspeise stolz das „Zarenfrühstück am Brill“ serviert hatte, richtete das Team Hauptgang auch schon den Kalbstafelspitz an.

Beim Genuss des überaus leckeren Desserts ging es dann schnell auch inhaltlich zur Sache; zusammen mit Clubvorstand Bettina Hoppmann wurde kurz ein Fazit des Jahres 2015 gezogen und lebhaft die Aktivitäten

des kommenden Jahres geplant. Wer übernimmt welche Aufgaben? Was steht auf der Wunschliste der Junioren für 2016 und wie können auch die JuMPs neue Mitglieder werben? Neue Ideen wurden schnell fixiert und die „Aufgabenpäckchen“ mit Namen und Verantwortung geschnürt.

Ein gelungener Abend mit einem erstklassigen Abendessen, für das jedes Team ganz bestimmt einen Michelin-Stern verdient hätte! Auch die JuMPs wünschen allen Mitgliedern eine schöne Weihnachtszeit und freuen sich auf ein spannendes Clubjahr 2016!



schwieriges ist einfach am besten

für unkomplizierten dialog

www.dialoop.de



Ley + Wiegandt: DAS IST JA GESCHICKT!

Das Ley + Wiegandt Warehouse bietet Ihnen alle Leistungen rund um Lagerhaltung, Fulfillment und Versand in gewohnter Ley + Wiegandt-Qualität. Dabei verschaffen wir Ihnen größtmögliche Flexibilität und senken Ihre Kosten.

www.warehouse-shop.net



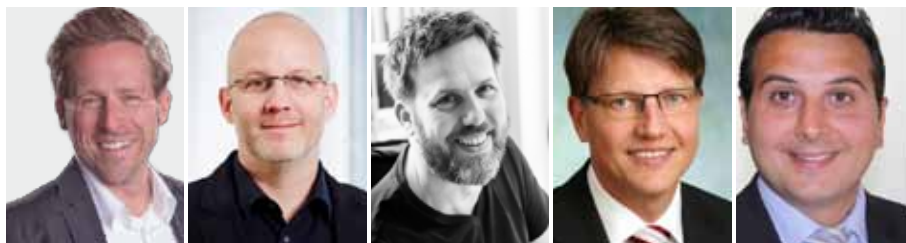
Schwarz / Weiß oder in *Farbe*?

Freistil Fotografie
Schloss Lüntenbeck
42327 Wuppertal

Anette Hammer
0202.6 950 950
www.freistil-foto.de



Neue Clubmitglieder



Christian Geißler Isotec Abdichtungssysteme Bobach GmbH & Co. KG // **Keith Alan Koster** Generationdesign // **Wolf-Nicolas Henkels** Media Nova GmbH // **Guido Hensel** // Delta-V GmbH // **Hüseyin Sayin** Wir Packen's Gesellschaft für Konfektionierung und Versand mbH

Auftaktveranstaltung Januar 2016

Datum Mittwoch, 28. Januar 2016 18.30 Uhr **Get together** 19.00 Uhr **Beginn des Clubabends** **Thema** Me-Märkte – Marke und Marketing in Zeiten der Konnektivität **Referentin** Theresa Schleicher **Ort** Eventum, Friedrich-Ebert-Straße 141a, 42117 Wuppertal

Wir freuen uns, dass wir mit Theresa Schleicher vom zukunftsInstitut eine Referentin verpflichten konnten, die schon seit 2009 mit großem Erfolg als strategische Beraterin und Trendforscherin unterwegs ist und ihr Publikum auf Kongressen und Unternehmensevents gleichermaßen begeistert. Theresa Schleicher berät Kunden aus unterschiedlichsten Branchen – vom Automobilhersteller bis zu bekannten FMCG-Konzernen – im Bereich innovativer Marken- und digitaler Kommunikationsstrategien. Ihre Leidenschaft ist es, zu einer aktiven Innovationskultur in Unternehmen beizutragen. Sie ist stetig auf der Suche nach weltweiten Trends und innovativen Konzepten, die als konkrete Best Practices in ihre Präsentationen mit einfließen. Ihre Vorträge beschäftigen sich mit den Megatrends und ihren Implikationen auf das Hier und Heute.

Freuen Sie sich schon jetzt auf einen inspirierenden Abend in einer inspirierenden Location. Weitere Details erhalten Sie – wie immer – rechtzeitig per Mail.

IMPRESSUM

Marketing-Club Bergisch Land e.V.

Geschäftsstelle Kerstin Beulke
Am Wasserturm 6, 42109 Wuppertal
Tel.w 0202-6 93 94 96
www.mc-bl.de, Mail info@mc-bl.de

Redaktion: Dr. Andreas Kletzander
Geschäftsführender Vorstand
Tel. 0202-7 47 63-802

Texte: Peter ten Eicken

Grafikdesign: Illigen Wolf Partner

Fotos: Anette Hammer, Freistil Fotografie,
Kerstin Beulke, Isabel Sandrock

Druck: Druckhaus Ley+ Wiegandt
GmbH+Co

Versand: büromatic Direktwerbung

Für die inhaltliche Richtigkeit der Kundentexte übernimmt der Club keine Verantwortung/Haftung.



Sie wollen Ihr Haus verkaufen?

info@wohn-traeume.com **Tel. 0202 26 85 200**

WEITERE SPONSOREN 2015:

