



Niels von Haken

Der Mann aus dem Äther

Er wollte ursprünglich Pastor werden. Jetzt ficht er als Geschäftsführer der MDR-Werbung GmbH für die Nutzung des Äthers durch die Wirtschaft. Da geht es um Basiswissen: Noch 20 Jahre nach der Wende sei das deutsche Werteverständnis in O und W differenziert. Werbung im Osten müsse deshalb anders sein: authentisch und schlüssig. Obendrein funktioniere sie auch bestens im Westen. Niels von Haken hält das Radio für unsterblich, egal, welche Faxen Medienrevolution und Publikumsgeschmack noch machen.

Bekanntnis: „Ich habe unterschätzt Talente als Komiker.“ Wahrscheinlich deshalb kriegte er unser 70köpfiges Auditorium mit seiner ernsten und dennoch frohsinnigen Predigt so rasch an den Haken.

Bei uns im Club

Uwe Thuß

Geschäftsführer Büroland GmbH
Beckerstraße 11, 09120 Chemnitz
Tel. 0371 38218 -0
Fax 0371 38218-55
info@bueroland-online.de

Die Büroland GmbH in Chemnitz ist Ihr kompetenter Partner in Fragen Büroausstattung, Objektausstattung jeder Größenordnung sowie Planung von Büroeinrichtungen. Leistungen: Archivierung, Aufbau, Ausstattung, Begrünung, Bemusterungen, Beratung, Bildung, Entsorgung, Farbkonzepte, Hotel, Kabelmanagement, Leasing, Leihmöbel, Mietkauf, Modernisieren, Montage, Umbau, Umzüge, Verkauf, Verwaltung, Visualisierung, ...



Oberbürgermeisterin Barbara Ludwig (r.) und ihr Vorgänger im Amt, Dr. Peter Seifert, nahmen die Powerfrau Birgit Eckert ehrenvoll in die Mitte.

Erntefest in der Wüste Chemnitzer Meilenstein 2009 für die Schönherrfabrik

Jetzt ist das Dutzend voll. Den 12. Chemnitzer Meilenstein hat seit 2. Februar 2009 die Schönherrfabrik WEBA GmbH, kurz Schönherrfabrik, auf dem Ehrensims. Vor zwei Handvoll Jahren war hier noch Jammerland. Heute gibt es glühende Güsse (Gießerei) und milde Genüsse (türkisches Hamam), Sport (Studio) und Spaß (Armes Theater), feine Kunst (Malerei) und feine Kost (Gastronomie), Steuerberatung und Datennetzverdrahtung, Frisur und Figur, Konstruktion und Konzert und immer neue Bewerber.

Birgit Eckert, Geschäftsführerin der Schönherrfabrik, und ihr Team führten vor, dass Arbeiten, Wohnen und Leben in einer funktionierenden Stadt zusammengehören. In der einstigen Insolvenzwüste reift eine Jahr um Jahr üppigere Ernte heran: Arbeitsplätze, Standortentwicklung, Umweltgestaltung, Stadtumbau, Unternehmungsgeist, Traditionspflege, Bildung und Ausbildung. Auf gut 85000 Quadratmetern hat sich ein bunter Branchenmix von über 100 Unternehmen mit 800 Mitarbeitern angesiedelt. Hier herrscht friedliche und ergiebige Koexistenz der Lauten und Leisen, der Duftenden und der Dampfenden, der Spirituellen

und Audiovisuellen, der Irdenen, Hölzernen und Metallischen. Alle sind ganz anders. Aber weil alle voneinander etwas haben, tarieren sie fein ihr Miteinander aus. Mal vorsehen, auch mal zurückstecken, ins Streiten kommen um zusammenzukommen.

Das war es unseren 110 Mitgliedunternehmen aus Chemnitz und Region wert, hier den Meilenstein 2009 zu setzen.

Juniorentagung 2010

Der Juniorenkreis des Marketing-Clubs Essen, der Kulturhauptstadt Europas 2010, lädt ein zur nationalen Juniorentagung vom 4. bis 6. März 2010. „kulturgebeat.2010. Am Herzschatz der Marken“ lautet das Motto der Veranstaltung. Entdeckt die einzigartige Industriekultur in Essen und lernt bekannte Unternehmen aus der Umgebung kennen.

Alle Teilnehmer erhalten ein Kulturhauptstadt-Ticket zur freien Fahrt durch das gesamte Ruhrgebiet. Anmeldung unter www.njt2010.de

Zielgruppe mit Spieltrieb

Jugendliche sind zunehmend nur im Web zu erreichen

Nein, es geht nicht um den Roman-Thriller „Spieltrieb“ von Julie Zeh, sondern ums Business. Kernbotschaft des Clubabends Anfang September: Spielerische Kommunikation im Marketing gewinnt an Boden. Hintergrund: Jugendliche nutzen heute das Internet bis zu drei Stunden täglich. Fernsehen, Radio und Zeitung verloren Nutzer schon scharenweise an Communities wie Facebook, Twitter etc. und an Online-Spiele. Die Jugendlichen greifen auf

diese Dienste zu, deren Grundfunktionen kostenlos sind. Zusätzliche Features sind kostenpflichtig und werden auch bezahlt.

Wer ran will an den Nachwuchs, kann auf diesen Plattformen Banner platzieren. Dann wird es schwierig. Einer der Tipps von Alexander Homeyer, Chef der Youngcom GmbH, die dazu „researched“: als Unternehmen selbst interaktive Spiele anbieten.

2/2009 CLUB-REPORT

Mitgliederzeitung des Marketing-Clubs Chemnitz e.V.

Kühne Visionen für Jahnsdorf



„Über den Wolken...“

Verkehrslandeplatz Chemnitz/Jahnsdorf

Dass es auch am Boden noch eine Menge Freiheit und viel Potenzial gibt, erlebten die 60 Mitglieder und Gäste der Clubveranstaltung am 6. Juli 2009 am Verkehrslandeplatz Jahnsdorf, dem „chemnitz-airport“. Da ist noch Phantasie für Action, auch marketingtechnisch, wie die vielen Fragen an Chef Fahrhöfer und Luftchauffeur Stahnke zeigten.

Als „Perle mit Weltruf“ am Rande des Platzes erwies sich die Restaurationfirma Zinke, wo Altes wieder flott wird, ob mit vier Rädern oder drei Flügeln – da staunt der Fachmann, der Laie wundert sich: auf Wunsch wird gehext! Für die Teilnehmer steht fest:

wenn schon in die Luft gehen, dann künftig in Jahnsdorf!



In der Adventszeit Turmblasen?



Nächstes Mal grillt der Vorstand selbst: „Klappt dann bestimmt besser“



„Ja wo kommt er denn?“

Bei uns im Club



Rico Meinel
Geschäftsführer
Fitness-Center am
Stadtpark GmbH

Dittersdorfer Str. 83, 09120 Chemnitz
Tel. 0371 278000
Fax 0371 27800299
rico.meinel@s-p-a-s.de

Meine Passion ist der Skisport. Dies führte mich bis in die Deutsche Skisprung Nationalmannschaft. Heute bin ich Geschäftsführer der größten Multifunktionsanlage in Sachsen mit Gastronomie, Hotel und Fitness unter einem Dach. Wenn es also bei Ihnen wieder einmal zwickt, oder Sie Ihr nächstes Seminar mit Entspannungsübungen kombinieren wollen, dann schauen Sie einfach bei uns vorbei.



Dr. Heike Claus
Geschäftsführerin
tradu4you@gmbh

H.-Lorenz-Str. 15, 09120 Chemnitz
Tel. 0371 5230-517 u. 0176 22501920
Fax 0371 5230-520
info@tradu4you.de, www.tradu4you.de

Die tradu4you® gmbh ist der sachsenweit agierende Problemlöser für Ihren Vertrieb. Durch spezialisierte, hochwertige Unternehmensberatung und -begleitung optimieren wir Ihren VertriebsERFOLG! Unser Angebot umfasst dabei Vertriebsorientierte Marktforschung, Vertriebskonzepte und Strategien, -personalentwicklung, -prozessoptimierung, -training/Vorträge und Vertriebscoaching.

Wir danken der Stadtwerke Chemnitz AG für die Unterstützung dieses Club-Reports.

Impressum



Herausgeber:
Marketing-Club
Chemnitz e.V.

Sekretariat: Hotel Mercure Kongress, Brückenstr. 19, 09111 Chemnitz
Tel. 0371 6660071, Fax 0371 6660072
E-Mail: mc.chemnitz@t-online.de
Internet: www.marketing-club-chemnitz.de



Konzept, Text, Fotos
und Layout:
P&S Marketing GmbH
www.ps-chemnitz.de

Marketing-Club Chemnitz



Mitglied im Deutschen Marketing-Verband e.V.



Uwe Barthel

Verlust für uns und dennoch ein Gewinn

Uwe Barthel wechselt in Führungsetage der Verbundnetz Gas AG

Chemnitzer Köpfe bestimmen in international tätigen Großunternehmen entscheidend mit. Künftig gehört dazu auch Uwe Barthel, Technischer Vorstand der Stadtwerke Chemnitz AG. Ab dem 1. November 2009 wird Uwe Barthel bei der Verbundnetz Gas AG zuständig sein für das Ressort Gasverkauf/Technik.

Die VNG ist eine international tätige Unternehmensgruppe, die vor allem aus Quellen in Norwegen und Russland deutsche Kommunen und europäische Großkunden mit Erdgas versorgt. In Deutschland ist VNG unter den Erdgasimporteuren die Nummer 3 und in Europa unter den Top Ten. 2007 erzielte die VNG mit rund 600 Mitarbeitern einen Gasabsatz von 165,2 Milliarden Kilowattstunden und einen Umsatz von 4,2 Milliarden Euro.

Für unseren Club bedeutet der Wechsel von Uwe Barthel nach Leipzig einen Verlust. Er wirkte mehrere Jahre im Club-Beirat mit, war Gastreferent und ermöglichte uns – nicht zuletzt beim Marketing vor Ort im Heizkraftwerk Nord – tiefe Einblicke in die Energiewirtschaft.

Tröstlich ist auf alle Fälle, dass unser Firmenmitglied Stadtwerke weiterhin erstklassige Unterstützung durch Holger Frey im Club-Beirat garantiert. Und für das Ansehen von Chemnitz ist unser Verlust fraglos ein Gewinn.



Frische auf und hinter der Theke



Apfelmann Gerd Kalbitz

Nüsse und Rotbäckchen

Mit Vitamin A(pfel) gesund durch das ganze Jahr

Gerd Kalbitz lässt nicht nur im großen Maßstab rotbackige Schneewittchenfrüchte reifen sondern auch Nüsslein sammeln, Haselnüsse für die Nougatherstellung. Der erfolgreiche Geschäftsführer der Obstland Dürreweitzschen AG führte uns lustvoll in seine blühenden Landschaften, wo eine lange Unternehmensgeschichte saft- und kraftvoll fortgeschrieben wird.

Statt auf kostspielige Anzeigen setzt Sachsenobst auf ein stringentes Erscheinungsbild, auf die Wirkung stets derselben

Gesichter, auf Interaktion mit Medien, Städten, Bewohnern. Aber die Wurzel der stolzen Marktposition sind die guten Produkte – von den frischen Früchten bis zu Saft und Wein („Hirschblut“). Dazu gesundes Management, gesundes Betriebsklima – märchenhaft! Ausflugstipp von Kalbitz: zur Frühlingsblüte nach Dürreweitzschen und mal richtig veräppeln lassen.

Golf auf der Halde

Sommerexkursion in das neue Bad Schlema

Staunen über und unter Tage ließ am 12. September der Wandertag die Exkursanten unseres Clubs in Bad Schlema. Schon die Zugfahrt war ein Ereignis: Wer gönnt sich heute noch so etwas? Konrad Barth, Bürgermeister des Ortes in der Zeit des Nachwende-Neustarts, ist ein Energiebündel. Wie er Fachleute und Politik „mit proletarischer Härte“ bewegt hat, das zerwühlte Terrain des schon früher bedeutenden Bades wertvoll herzurichten, verdient höchste Anerkennung. Bad Schlema hat die weltweit stärkste Radiumquelle. Ein Schicksalsumstand nach 1946: Die Russen brauchten Uran. Die Folgen sind im Museum nachzuvollziehen.

Die einmalige Aussicht vom Plateau rührt von der Halde, auf der sich der Golfplatz befindet. Die Fontänen des Wasserspiels tanzen im Kurpark zur Musik. Wir kommen gerne wieder ins anerkannte Radon-Heilbad Actinon, dann aber mit Handtuch und Bademantel, voller Respekt für die gigantische Technik, die im Untergrund fürs Wohlsein sorgt.

Marketing? Findet statt, praktisch: Das Blas-

musikfest „Grenzenlos“ lockt jährlich gut 1000 Musikanten aus 12 Nationen Europas und den USA nach Bad Schlema – und entlässt sie wieder als Botschafter für den Ort.

Das minutiöse „Peter-Klingst-Programm“ war wiederum nicht zu übertreffen: Kurzweil, starker AHA-Gehalt, kulinarisch ausgewogen. Ja, natürlich: 2010 wandern wir wieder.



Blue Man Group

Eisern Union

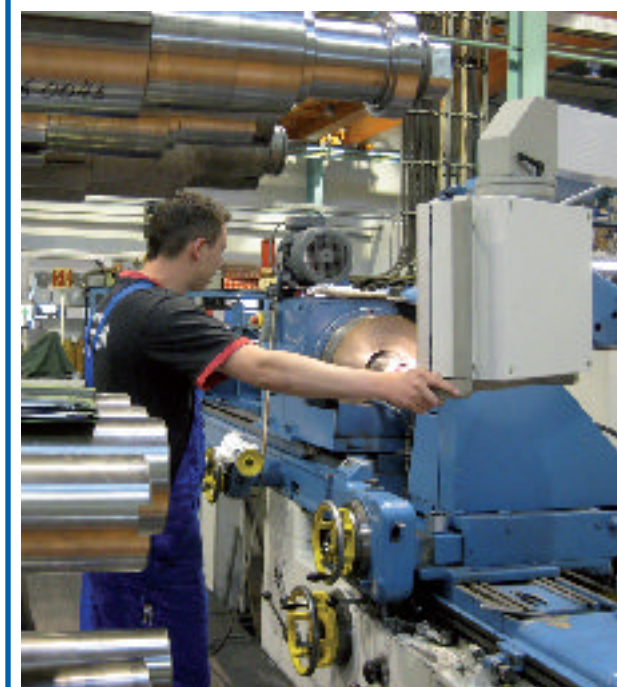
Werkzeugmaschinenbauer haben hohe Ziele

„Ein guter Unternehmer macht in der Krise mehr Marketing“, sagt Gerhard Glanz, Chef der UNION Werkzeugmaschinen GmbH in Chemnitz. Er hat's getan und seinem Marketing- und Vertriebsleiter Thomas Ulrich das Budget glatt verdoppelt.

Also weltweit ran an die Kunden: mit technischer Brillanz, Markenstolz und Wiedererkennungswert, Tradition und Emotion. 180 Mitarbeiter haben 2008 rund 33 Mio. gemacht, 45 Prozent mit dem Export. Eine Bilanz mit Glanz soll es auch in diesem Jahr werden. Mut macht Mut. Im rappenden Raum leuchteten die Augen, wie blanker Stahl ...



Eiserne Jungfrauen baten herein: Gisela Fahrenschon und Brigitta Rockstroh von unserem Clubsekretariat



In der Werkhalle



... respektvolle Clubgäste

Marsch ins Bett!

Strategisches Marketing im Gesundheitsmarkt

Wenn dies der Arzt befiehlt, bleibt nur die Frage: wo? Zum Beispiel im Klinikum Aue. Es versorgt mit mehr als 1.000 Mitarbeitern rund 55.000 Patienten jährlich und gehört zur HELIOS-Gruppe mit 62 eigenen Kliniken. Diana Lohmann (31), junge Mutter, managt als Geschäftsführerin die große Einrichtung.

Strategische Marketingkommunikation heißt für sie Arbeit am guten Ruf. Entscheidend dafür „sind die Leistungen aller Mitarbeiter mit Patientenkontakt, nicht nur die Chefsache“. Denn die Erfahrung besagt: Für die Öffentlichkeit, also auch die Medien, „ist jeder Mitarbeiter glaubwürdiger als Top-Management oder Pressesprecher“. Und: „Zentrales Problem vor dem Krisenmanagement ist mangelndes Krisenbewusstsein.“

Guter Stoff zum Nachdenken!



Diane Lohmann, Spezialistin für gesundes Management im Krankenhaus



Die Anfragen des Auditoriums hatten einen gemeinsamen Nenner: Wie kommt man unternehmerisch selbst so grandios in die Puschen?

PUMA rennt

Vom Loser-Label zur Weltmarke

Der Start: Familienkrach und ein Unternehmen am Rande des Abgrunds. Der Weg: getrennt. Das Ziel: begehrtestes Sportlifestyle-Unternehmen der Welt zu sein.

Als adidas und Puma sind die beiden bayerischen Firmen erbitterte Konkurrenten. Puma hat zum Erfolg gefunden, Rolf-Herbert Peters auch. Der Historiker und Journalist – z. B. schreibt er über Politik & Wirtschaft in der Illustrierten „stern“ – hat „Die Puma-Story“ in Buchform gebracht. Aber er kann auch mündlich spannend erzählen. Ein temporeicher Abend über Marketing und Machtkämpfe.

Rumpeln, statt kumpeln

Harmonie um jeden Preis?

Was wirkt bei quengelnden Kindern? Na klar, etwas Süßes. Doch die erkaufte Harmonie gewährt nur eine kurze Schonfrist. Dann geht der Zirkus von vorne los. Ähnlich funktioniert im Arbeitsleben die süße Tour. Kumpeln kostet im Moment nicht viel, aber der Endpreis ist hoch. Nathalie Krahe, Diplom-Psychologin aus Gießen, rät, es lieber mal richtig rumpeln zu lassen. Das reinigt die Luft und schafft neue Lust. Zu viel und zu wenig Harmonie – das komme aufs Gleiche heraus, denn: „Die Dosis macht das Gift oder bewirkt Heilung.“ Verehrte Führungskräfte, verinnerlichen wir also im Dienst wie im Winterstraßenverkehr: „Mit Profil fährt es sich besser.“

