

Club Report



Mitgliederzeitung des Marketing-Club Chemnitz e.V. / Mitglied im Deutschen Marketing Verband e.V. Ausgabe 2-2010

Termine

Januar bis Mai 2011


- + 17. Januar 2011
Verleihung des Chemnitzer Meilensteins 2011
Volker Türschmann

- + 07. Februar 2011 
Hass, Wut, Liebe, Neid – Emotionen im Marketing
Dr. Oliver Hupp, GfK AG

- + 07. März 2011
Milch muss müde Männer munter machen – Marketingkonzept von Sachsenmilch
Herr Thomas Rost

- + 04. April 2011 
Schafft Deutschland auch seine Sprache ab? – 'Denglisch' im Visier des Vereins Deutsche Sprache
Herr During / Herr Kräuter

- + 02. Mai 2011 
Service exzellent – wie Schmaus 'Große Fische' überzeugt
Schmaus Logistik

 Diese Veranstaltungen werden zertifiziert. Sie haben einen besonders hohen Wert für den Know-How-Transfer.

Teilnehmer an mind. 4 Veranstaltungen erhalten am Ende des Clubjahres ein Weiterbildungszertifikat.

Klartext



Foto: Dr. Türschmann

Seit der Gründung vor 20 Jahren dabei: Brigitta Rockstroh und Dr. Volker Türschmann

20 Jahre Marketing-Club Chemnitz

Liebe Clubfreunde,
20-jährige Firmenjubiläen sind derzeit häufig angesagt – Institutionen, Unternehmen und Vereine haben 2010 gefeiert. Unser Club besteht auch seit 1990 – doch wir haben auf den 'großen Bahnhof' verzichtet. Weil wir nicht gern feiern? Weil uns die 20 Jahre nichts bedeuten? Keineswegs!

Gern denken wir an die Zeit mit den Clubfreunden aus Düsseldorf und der Dresdner Bank als 'Geburtsheifer' zurück. Doch bald war das nötige Know-how erarbeitet, genug Selbstbewusstsein getankt und wir hatten uns zügig 'freigeschwommen'.

Und so verfolgen wir seit 20 Jahren zielstrebig die Mission, Marketing-Erfahrungen anschaulich, praxisnah und spannend zu verbreiten. Auch für 2011 haben Vorstand und Beirat ein Programm entworfen, das gut besuchte, praxisnahe und im besten Sinne des Wortes unterhaltsame Clubabende verspricht.

In fast jeder Veranstaltung haben wir 2010 neue Mitglieder aufnehmen können. Damit das so bleibt, sucht der Vorstand Mitglieder, die das Programm und damit den Kurs des Vereines durch ihre Mitarbeit mitbestimmen wol-

len. Gelegenheit für persönliche Absichtserklärungen gibt es im März 2011: Satzungsgemäß wird dann die Mitgliederversammlung einberufen. Vorstand und Beirat werden neu gewählt und alle Kandidaten – ob neu oder bereits erfahren – stellen sich der Wahl. Also: Wer macht mit, wer möchte in die Arbeit des Clubs aktiv eingreifen?

Übrigens: Auch wir werden unser Bestehen feiern – allerdings nicht in diesem Jahr. Schließlich wissen Marketingleute, dass nur das Anderssein von den Anderen abhebt. Vielleicht nehmen wir deshalb die hübsche und ein wenig 'schräge' Zahl 22 – gewissermaßen eine Schnapszahl, die dann für ausgelassene Sektaune sorgen wird. Wir freuen uns bereits heute auf das Fest!

In diesem Sinne einen guten Start ins Neue Jahr wünscht

Dr. Volker Türschmann
Präsident Marketing-Club Chemnitz e.V.

Marketing vor Ort

Bio, lecker, behaglich – Laurus Vital

Mit 'Laurus Vital' ist kürzlich in der Nähe von Chemnitz ein neuer Treffpunkt entstanden, der die drei 'Magischen G' für Geschmack, Gesundheit und Geselligkeit intelligent und ansprechend miteinander verbindet. Bereits vor dem Betreten des markanten Hauses ist der (Kräuter-)Geist des Unternehmens zu erkennen. Geschwungene Beete beherbergen aromatische Gewächse aus aller Welt und für viele Kochtöpfe.



Fachkundige 'Kartoffelrunde'

Zur 'Marketing vor Ort'-Veranstaltung im Oktober wartete auf die Clubfreunde ein sorgfältig inszeniertes Programm, das einen kurzweiligen Abend garantierte.

Neben Vorträgen zu Aroniaprodukten, der Vielfalt von Kartoffeln und der mehr oder weniger 'anrühigen' Welt leckerer Käsesorten bummelten die Besucher durch Regale mit Bio-Produkten, Gemüsesorten und Getränken aller Art.

Den Abschluss bildete die Verkostung von Gerichten aus der Restaurantküche und spätestens da wurde für viele 'Marketing-Gourmets' klar: Hierher sollte man mit mehr Zeit und Muße zurückkehren. Natürlich nicht allein – denn Geselligkeit und Genuss gehören ebenso zusammen! +

+ Datum: 04. Oktober 2010
+ Kontakt: www.laurus-vital.de

Sommerfest

Nicht von Pappe – Besuch bei richter & hess in Chemnitz

Ist die Ware im Haus, kennt jeder das Problem: Die Wellpappe der Verpackung ist sperrig, schwer zusammenzufalten und eine ziemlich störrische Angelegenheit. Doch genau das sind die Eigenschaften, die den weltweiten Siegeszug des hellbraunen Materials erst ermöglichten. Von Wellpappe umgeben, können wertvolle Güter auf Reisen gehen – unbeeindruckt von Luftfeuchte, Temperaturschwankungen oder 'Transportgewalten' aller Art.

Was dieses Umhüllen für ein interessantes und technologisch aufwändiges Geschäft ist, wurde den Besuchern des 'Marketing vor Ort' im Verpackungsunternehmen richter & hess klar.

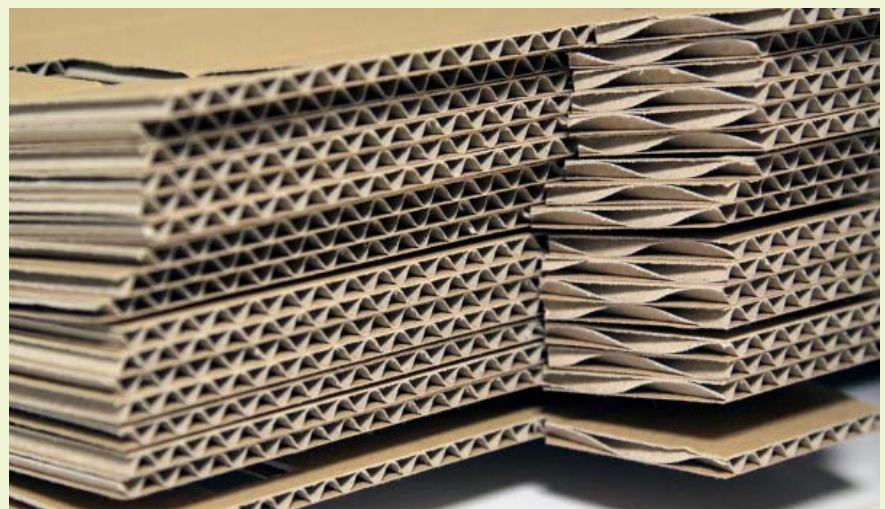
Geschäftsführer Hans Ulrich Richter machte in seinem Vortrag deutlich, dass bereits der Aufbau des Allroundwerkstoffes wohl durchdacht ist. Verschiedenartige Sinuswellen, doppelte oder einfache Decklage, bedruckt oder kaschiert – die Fachbegriffe purzelten munter und jeder Gast konnte erah-

nen, wie viele Ideen bereits in dem Ausgangsmaterial stecken.

Doch damit nicht genug: Gleich einem Maßanzug werden den unterschiedlichsten Einzelteilen, Baugruppen, Lebens- und Genussmitteln die jeweiligen Kartons 'angeschmiegt'. Sobald die Teile 'passen', werden sie gestanzt, gerillt, geschnitten, geklebt oder getackert. An dieser Stelle überraschte es wirklich nicht mehr, dass Wellpappe durchaus auch zur Herstellung von Stellwänden, Hockern, Displays oder ganzen Möbelstücken taugt.

Fazit: Wellpappe ist störrisch und schwer zusammenzufalten. Doch nun wissen die Besucher der Clubveranstaltung warum – und werden das Material nun 'liebevoller' entsorgen.

Nach der Besichtigung des Unternehmens klang der Abend gemütlich aus – bei Bier, Rostern und leckeren Salaten wurde sich gut unterhalten und in die Sommerpause 'hineingeplauscht'. +



+ Datum: 07. Juni 2010

+ Kontakt: www.richter-hess.de

Marketing vor Ort

Radio –

Marketing mit Sound und Rhythmus



Studioatmosphäre 'live'

On Air schwirrt gewaltig was durch unsere Lüfte: deutschlandweit gibt es mehr als 350 Radiosender, die unterschiedlichste Hörgewohnheiten bedienen. Dabei liefern sich in jeder Sekunde Rock-, Pop-, Schlager-, Jazz- und Klassikprogramme mit ihren Unter-, Misch- und Spezialparten einen geräuschvollen Kampf um Millionen von Ohren.

Das wiederum macht das Medium interessant für Marketingstrategien. Wo millionenfach was ins Ohr geht, bleibt viel im Kopf hängen – und die Rechnung geht auf. Wie Frau Leithäuser von der 'Radiozentrale' eindrucksvoll darstellte, kommen Werbebotschaften aus dem Radio bei den Verbrauchern an und stemmen Umsätze in die Höhe.

Kribbelnde 'Live-Atmosphäre' spürten anschließend die Besucher der 'Marketing vor Ort'-Veranstaltung im Sende- raum von Radio Chemnitz.

Fazit des Abends: Das was hier entsteht, sehen und hören Tausende potentielle Kunden. Und wer hier wirbt, kann diese ohne Umwege erreichen! +

+ Datum: 06. September 2010
+ Kontakt: www.radiochemnitz.de

Marketing unterwegs

Uralte Marketingtricks –

Unterwegs im Thüringer Wald

Thüringen war am 21. August 2010 das Reiseziel von 'Marketing unterwegs', wobei das 'Ziel' zu einer langen Kette außergewöhnlicher Höhepunkte wurde.

Historisches Fachwerk stand ebenso im Mittelpunkt wie eine Gartenzwer- manufaktur oder die hochmoderne Tun- nelanlage für Skifahrer in Oberhof. Original Thüringer Rostbratwürste mit Senf (einschließlich der Besichtigung einer Senf-Mühle) bis zum ofenfrischen 'Apfel- städter Apfelkuchen' rundeten die Ver- anstaltung kulinarisch ab.

Das Wichtigste jedoch waren die Be- gegnungen mit umtriebigen Menschen, die sich selbst, ihre Produkte oder ihre Ideen verkaufen müssen. Menschen, die erfinden, die anpacken und die sich nicht unterkriegen lassen. Wichtig dabei: Ver- kauft wird nicht etwa mit oberflächli- chem 'Getöse', sondern mit subtilem Hu- mor, persönlichem Charme und zäher Hartnäckigkeit.

Fazit nach einem wunderbar sonnigen und unterhaltsamen Tag: Die Dreieinig- keit aus Qualität, Originalität und zu- packendem Tatendrang ist uralte. Aber es ist und bleibt das beste Marketingin- strument – überall auf der Welt! +

Marketingbotschafter der besonderen Art ...



+ Datum: 21. August 2010

Marketing im Club

Reisen bildet –

Betrachtungen eines Reiseunternehmers

Das man nach einer Reise klüger heimkommt, ist mit dem Spruch: „Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen“ populäres Gemeingut.

Seit der Novemberveranstaltung des Chemnitzer Marketing-Clubs kann diese Einsicht getrost ergänzt werden: „Wer Reiseunternehmern zuhör'n tut, der fährt dann mit viel Wissen gut“.



Jeder gegen Jeden – Fortbewegungsmittel im Urlaub

Was Herr Dr. Uwe Lorenz, Inhaber und Geschäftsführer der Eberhardt Travel GmbH, den Besuchern des Clubabends vorstellte, war dick mit Herzblut, Energie und Praxis untersetztes Marketingwissen aus der Reisebranche. Dass dabei auch die Spül-Lappen in den Busküchen besonderer Aufmerksamkeit bedürfen, da sie ganze Verhaltenskaskaden bei sensiblen Passagieren auslösen können, war im Vortrag spannend anzuhören.

Augenzwinkernd wies Herr Dr. Lorenz auch auf den 'Bild-Zeitungs-Effekt' hin: Keiner liest sie, aber jeder weiß Bescheid. In der Reisebranche sind es die Bus-Reisen, die derart hochmütig betrach- tet werden. Allerdings waren nach der Veranstaltung ausgerechnet die Busrei- se-Kataloge restlos vergriffen ... +

+ Datum: 08. November 2010
+ Kontakt: www.eberhardt-travel.de

Marketing im Club

'Vernetzt arbeiten' –

Mit der Telekom besser kommunizieren

Jedes Unternehmen ist ein Netzwerk – intern wie extern. Und da das gute alte 'miteinander reden' nicht mehr ausreicht, sind in den letzten Jahren viele Kommunikationsmöglichkeiten hinzugekommen.

Schwierig war bisher die Zusammenführung unterschiedlicher Systeme verschiedener Anbieter, die Kompatibilität der Technik und das individuelle Kommunikationsverhalten der Teilnehmer.

Herr Dirk Backofen von der Telekom stellte am Clubabend Konzepte vor, alle bereits vorhandenen Möglichkeiten kommunikativ zu verzahnen.

Für 'Digital Natives' ist das alles bereits heute (selbst zusammengebastelte) Realität. Der 'Rest' aber braucht noch eine Weile und vor allen Dingen simpelste, robusteste und sichere Strukturen. Die Fundamente dafür scheinen gelegt zu sein! +

+ Datum: 05. Juli 2010
+ Kontakt: www.telekom.de

Herausgeber

Marketing-Club Chemnitz e.V.
Sekretariat

c/o Hotel Mercure Kongress
Brückenstraße 19, 09111 Chemnitz
Telefon: 0371 / 66 60 071
E-Mail: mc.chemnitz@t-online.de
Internet: www.marketing-club-chemnitz.de



Gestaltung, Redaktion, Text, Fotografie

breitband

breitband - Agentur für Kommunikation /
Design / Werbung GmbH
Bernsdorfer Straße 210-212
09126 Chemnitz
Telefon: 0371 / 53 47 145
E-Mail: ma@breitband-agentur.de
Internet: www.breitband-agentur.de

Willkommen im Club

Frischer Wind am Chemnitzer Wohnungsmarkt

Herr René Brettschneider, seit 1995 in den Diensten der GGG und dort zuletzt als Geschäftsstellenleiter tätig, übernahm im Jahr 2008 den Posten des Geschäftsführers der 'wohnen in chemnitz gmbh'.

Die Tochtergesellschaft der GGG (etwa 25.000 Wohnungen) realisiert die Wohnungsvermietung im gesamten Stadtgebiet von Chemnitz und das dabei so entscheidende Marketing. +



Der Kundenappetit wächst. Wir auch.

Deutschland ist ein schönes Land, aber vor allem auch ein leckeres. Am leckersten ist es da, wo es einen Wiener Feinbäcker Heberer gibt - ca. 500 Mal in Deutschland. Um überall gleiche Lebens- und Genussverhältnisse zu schaffen, arbeiten wir daran, die noch weißen Flecken zu schließen. Damit zum Beispiel an der Küste nicht nur der Wind frisch ist, sondern auch das Brot.

Felicia Kollinger-Walter ist in der Abteilung Vertrieb als Bezirksverkaufsleiterin tätig und für den Großraum Mittelsachsen, Leipzig und Chemnitz verantwortlich. +



Messen, Events, Kongresse für Chemnitz

Die Event- und Messegesellschaft Chemnitz mbH – Betreibergesellschaft der Messe Chemnitz / Chemnitz Arena – ist ein seit 2002 bestehendes Unternehmen, das vielfältigste Veranstaltungen nach Chemnitz holt, betreut und auch selbst organisiert. Konzerte, Messen, Sportevents, Tagungen und Kongresse, Firmenveranstaltungen – den Möglichkeiten sind fast keine Grenzen gesetzt.

Frau Anja Meier ist seit 2006 im Projektmanagement tätig. Ihre Aufgaben umfassen das gesamte Spektrum der Veranstaltungsorganisation – angefangen bei der Angebotserstellung bis hin zur Umsetzung, der Kundenpflege sowie der Durchführung und Betreuung von Eigenveranstaltungen. +



Die Fotos der Rubrik 'In eigener Sache' werden von den jeweiligen Personen / Unternehmen zur Verfügung gestellt.