

2018

CLUB REPORT

DAS MAGAZIN FÜR MARKETINGPROFIS

Schlaglicht Digitalisierung
Marketer aus der Region berichten

**„Selbstbedienung in
fremder Erfahrung“**
50 Jahre Marketing-Club
Münster/Osnabrück

**MARKETING
VON A BIS Z**
Das Marketing-
Netzwerk in MS/OS

www.marketingclub-ms-os.de



MARKETING CLUB
MÜNSTER-OSNABRÜCK

Nehmen Sie Platz. Wir machen das.

Neue Ideen und 360°-Umsetzungskompetenz. 450 Medienmacher für Ihre Produkt- und Markenkommunikation:

- Kreation
- Fotografie
- Medienproduktion
- Medien-IT
- Digitaldruck

STARKER CLUB MIT STARKEM NETZWERK



Liebe Mitglieder und Freunde des Marketing-Clubs Münster/Osnabrück,

ich freue mich, Ihnen die aktuelle Ausgabe unseres Club-Magazins, dieses Mal zu unserem 50-jährigen Club-Jubiläum, präsentieren zu können.

Der Marketing-Club Münster/Osnabrück hat sich in seinen 50 Jahren zu einem festen und inspirierenden Bestandteil der Marketingszene in unserer Region entwickelt:

Hier werden beeindruckende Vortragsveranstaltungen, interessante Einblicke in die Marketingaktivitäten der Unternehmen in der Region bei Marketing-vor-Ort-Veranstaltungen und vielfältige Netzwerkaktivitäten geboten. Über die Jahre ist das Angebot des Marketing-Clubs stetig gewachsen und gleichsam die Nutzung seiner Veranstaltungen. Die Grundidee dahinter ist dabei dieselbe geblieben. Diese wurde mal wunderbar mit „Selbstbedienung an fremder Erfahrung“ beschrieben.

Im Marketing-Club treffe ich auf Kollegen und Netzwerkfreunde mit ähnlichen oder weiterführenden Erfahrungen und Herausforderungen. Die Austauschplattformen und/oder schlicht Gespräche und Diskussionen zu diesen Themen bringen unsere Club-Mitglieder weiter. Dieser Erfahrungsaustausch und auch das Lernen von anderen ist vor allem in Zeiten der Digitalisierung mit den wohl anspruchsvollsten Herausforderungen an das Marketing in den letzten Dekaden ungemein hilfreich. Lassen Sie unser Netzwerk weiter qualitativ und quantitativ wachsen – durch Ihre Beiträge, Ihre Begleitung und Ihr Engagement bei unseren Veranstaltungen sowie durch das Werben um weitere Interessenten und Mitglieder.

Danken möchte ich zum einen den Gründern und den tragenden Säulen der vergangenen Jahrzehnte, dem Vorstand, dem Beirat und der Geschäftsstelle, die den Marketing-Club fortwährend entwickeln und mit ihrem Einsatz die Fahne für das Marketing in der Region stets hochgehalten haben.

Zum anderen möchte ich all denen danken, die durch ihren Beitrag dieses Club-Magazin ermöglicht haben, den unterstützenden Unternehmen und Institutionen ebenso wie der betreuenden Werbeagentur Artgerecht aus Bielefeld.

Ich freue mich auf die nächste Dekade in unserem Marketing-Club und auf viele inspirierende Begegnungen!

Ihr

Thomas Hans
Präsident Marketing-Club Münster/Osnabrück

INHALT



Foto: Bernd Oberheim

Vorstand und Beirat im Jubiläumsjahr 2018:

(v. l.): Heiner Röttger, Daniel Stenkamp, Mario Rose, Anne Lück, Thomas Hans, Gerburgis A. Niehaus, Michael Hoffmann, Claudia Dohn, Dirk Mayer-Mallmann und Gudrun Hams-Weinecke. Nicht auf dem Bild: Albert Hirsch, Frank Dusny, Anett Hötzel, Anna van Dam und Gaby Hampel, Rainer Schlieff, Rainer Brettner, Oliver Erb

6 SCHLAGLICHT DIGITALISIERUNG

10 RAUMFABRIK GEWINNT 9. MARKETING-PREIS MÜNSTER/ OSNABRÜCK

Exzellentes Innovationsmanagement,
Netzwerkgedanke und Weiterentwick-
lung von Dienstleistungsangeboten

12 DERMASENCE IST „BEST OF DMV 2017“

14 EIN STARKES NETZWERK GEBÜNDELTER KOMPETENZ

Der Marketing-Club Münster/Osnabrück

15 DIE GESCHÄFTSSTELLE

Service und Information

16 EIN GROSSARTIGER AUFTAKT DES MARKETING-JAHRES 2018

Der Neujahrsempfang im Speicher 10 in Münster

18 MITGLIEDERSTIMMEN

19 JUMPS – EINE PLATTFORM FÜR DEN MARKETING-NACHWUCHS

20 DER MARKETING-CLUB MÜNSTER/ OSNABRÜCK E. V. IN DER PRESSE

21 PROGRAMM 2. HALBJAHR 2018

22 RÜCKBLICK 2017/2018

Einblicke in erfolgreiche Marken- und Produkt-
Konzepte, Employer Branding, Change Manage-
ment, Digitalisierung und die Verleihung des
Marketing-Preises Münster/Osnabrück

28 EIN FORUM FÜR AUSTAUSCH UND WEITERBILDUNG

Teil eines lebendigen Netzwerks werden

29 INFLUENCER MARKETING

Chancen und Grenzen

30 #MARKETING_GETTING_SMARTER

Deutscher Marketing Tag

32 MARKETING A-Z

Mitgliedsunternehmen präsentieren ihre Angebote



Qualität prägt.

Fingerspitzengefühl und Augenschein – **Druckveredelung wirkt mit allen Sinnen.** Visuelle Impulse und haptische Effekte schaffen Emotion und wecken Begehrlichkeit. Sie verankern Botschaften tief beim Empfänger und machen aus Printprodukten unverwechselbare Markenbotschaften. Ob auf Verpackung, Geschäftspapier, Plakat oder Bucheinband – Veredelung setzt Zeichen.

Wir sind dabei Ihr Innovationspartner –
Für Sie als Markenartikler, Gestalter, Agentur und Druckerei.

VEREDELUNGSGRUPPE

GRÄFE Druckveredelung GmbH
Eckendorfer Straße 82-84
33609 Bielefeld
Fon 05 21-9 72 05-0
info@graefe-dv.de
www.graefe-dv.de

GRÄFE Atelier GmbH
Eckendorfer Straße 84
33609 Bielefeld
Fon 05 21-9 72 05-80
info@graefe-atelier.de
www.graefe-atelier.de

LEISSING Druckveredelung GmbH & Co. KG
Otto-Hahn-Straße 14 · 76829 Landau
Lieferanschrift: Carl-Bosch-Straße 5 · 76829 Landau
Fon 0 63 41-9 42 49-0
info@ldv.de
www.ldv.de



istock: metamorworks

Marketer aus der Region berichten zu Erfahrungen, Chancen und Trends des digitalen Wandels

SCHLAGLICHT DIGITALISIERUNG

Die Digitalisierung ist das vorherrschende Thema im Marketing. Sie stellt Marketer – nicht nur im Münsterland – vor anspruchsvolle Herausforderungen, bringt aber auch Chancen mit sich. Wie weit das Thema schon vor Ort gediehen ist, zeigt unser Schlaglicht mit aktuellen Aussagen und Bewertungen aus verschiedenen Unternehmen der Region und des Digital Hubs münsterLAND.

„Digitalisierung ist aus Unternehmenssicht die zentrale Antwort auf zwei Fragen. Erstens: Wie finde ich meine Kunden und wie finden die Kunden mich? Und zweitens: Wie finde und binde ich Mitarbeiter?“, sagt Tom Malessa, Geschäftsführer von münsterLAND.digital, dem Innovationszentrum zur Förderung der digitalen Transformation im Münsterland. Wie sich der digitale Wandel in Unternehmen und deren Marketing bemerkbar macht, berichten im aktuellen CLUBreport neben Tom Malessa auch Gudrun Hams-Weinecke (Dermasence), Anne Lück (Laudert), Regina Schnath-

mann (Beumer Maschinenfabrik), Arndt Papenfuß (Kaldewei), Heiner Röttger (HLB Dr. Schumacher & Partner) sowie Kay-Uwe von Hebel (emco Group).

Einig sind sie sich vor allem bei einer wichtigen Aussage: Die Digitalisierung bietet mehr Chancen als Risiken, wenn man bereit ist, in der externen Kommunikation und auch bei internen Abläufen umzudenken sowie das Marketing-Know-how für den Unternehmenserfolg einzusetzen. „Das Marketing ist bei uns der Impulsgeber um das Verständnis, den Mind-Set und den Umsetzungswillen in unserem

Unternehmen, wo immer es möglich ist, auf Digitalisierung auszurichten“, erläutert Kay-Uwe von Hebel. Durch digitale und mobile Kommunikation können Unternehmen Kosten und auch Zeit sparen. „Das Thema bietet für uns eine hohe Flexibilität und einen großen Strauß von Möglichkeiten, unsere unterschiedlichen Zielgruppen zu erreichen“, berichtet Gudrun Hams-Weinecke. Ihr Unternehmen setzt unter anderem ganz konkret auf die Zusammenarbeit mit Bloggern und Influencern als Meinungsbildner auf digitaler Ebene. „Unternehmensmarketing benötigt heutzutage eigentlich →



Anne Lück, Laudert GmbH & Co. KG, Vreden



Arndt Papenfuß, KALDEWEI



überhaupt kein Papier mehr“, sagt Tom Malessa, da sich die Kunden von heute und erst recht die von morgen digital informieren.

Weitaus abhängiger ist das Marketing von der Zusammenarbeit mit der IT-Abteilung, etwa bei der Erfassung relevanter Daten, wie auch Anne Lück und Heiner Röttger betonen. „Mit einer guten Datenbasis können wir unser Marketing künftig noch strategischer ausrichten“, zeigt Regina Schnathmann auf; selbstredend müssten die bestehenden Daten dann verantwortungsvoll genutzt werden.

Diese Datengrundlage kann für inspirierenden Content mit klarem Mehrwert für Kunden genutzt werden, der individuell für die passende Zielgruppe ausgespielt wird. Arndt Papenfuß: „Zu wissen, was Kunden bewegt, wird in Zeiten der Digitalisierung umso wichtiger, weil der Kundendialog sich gewandelt hat. Weg vom Push durch den Vertrieb und hin zum Pull durch den Kunden.“

Personalisiert ausgerichtetes Marketing bedeutet dabei keineswegs, dass der persönliche Kontakt zu Kunden an Relevanz für den Vertrauensaufbau verliert, sind sich die Marketer einig. Die persönliche Bindung kann vielmehr aktiv durch digitalisierte Prozesse unterstützt werden. Vor allem gelte dies für die jüngere Zielgruppen, da diese keine Vorbehalte und keine Hemmschwelle bei der Nutzung digitaler Medien haben, weiß Tom Malessa.

Somit kann die Digitalisierung sogar einen wesentlichen Beitrag zur Wertschöpfung in Unternehmen leisten, sofern sie dort strategisch umgesetzt wird. Besonders für den Mittelstand sind die Voraussetzungen günstig, wie Heiner Röttger feststellt: „Gerade die Anpassungsfähigkeit mittelständischer Unternehmen aufgrund von wenigen Entscheidern und eher flachen Hierarchien ist hier von Vorteil.“ Dem pflichtet Kay-Uwe von Hebel bei: „Nicht Größe, sondern Schnelligkeit und Entscheidungskompe-

tenz werden bei der digitalen Transformation gewinnen.“ Eine der größten Chancen liegt für Arndt Papenfuß darin, noch näher an seine Kunden heranzurücken. Technisch ist bereits jetzt vieles möglich. Bei der Fülle der technischen Möglichkeiten empfiehlt Anne Lück, den Überblick zu behalten und sich im Marketing realistische Ziele zu setzen und zu verfolgen: „Nicht zum Mars fliegen wollen, erst einmal den Mond anpeilen.“ Zum einen muss die Infrastruktur in Unternehmen, etwa im Bereich der Produktkommunikation, entsprechend Schritt halten. Zum anderen sind datenschutzrechtliche Auflagen zu beachten, um die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen – Stichwort „DSGVO“ und „E-Privacy-Verordnung“.

Um in der kommenden Zeit nicht in der gebotenen Informationsflut unterzugehen, sehen die Experten das Unternehmensmarketing noch stärker als bisher in der Verantwortung, ein konsistentes Markener-



Kay-Uwe von Hebel, Emco Group



Gudrun Hams-Weinecke, DERMASENCE



Regina Schnathmann, BEUMER Group GmbH & Co. KG

lebnis über alle Kanäle hinweg zu schaffen. Darüber hinaus werden hierfür die Auswertung und Bewertung von Online Daten zur Erfolgsmessung an Bedeutung für das Marketing zunehmen. Hierfür braucht es qualifiziertes Personal. Können die KPIs aus Ratings, Klickraten und Rankings auch automatisiert gesammelt werden, die Interpretation der Daten obliegt am Ende weiterhin Menschen aus Fleisch und Blut in den Unternehmen. Dies zeigt, dass die Mitarbeiterrekrutierung – wie schon eingangs erwähnt – ein weiteres Top-Thema für Unternehmen sein wird, sei es, um Talente zunehmend mobil anzusprechen oder um Spezialisten und Fachkräfte zu

finden, deren Qualifikationen zu den durch die Digitalisierung gewachsenen Anforderungen passen.

Das zentrale, übergeordnete Ziel aus Sicht des Digital Hubs münsterLAND wird in den kommenden Jahren sein, möglichst viele „analoge“ Menschen für die Digitalisierung zu begeistern und mitzunehmen. „In Deutschland sind die Leute auf privater Ebene viel digitaler unterwegs als im Unternehmenskontext. Hierzulande werden die Möglichkeiten nicht durch die technische Ausstattung oder unternehmerische Prozesse ausgebremst, sondern vielmehr durch Menschen, die an einer ‚Weiter so wie bisher‘-Mentalität festhalten“, so Tom Malessa.

Fest steht, dass die Digitalisierung die Unternehmen weiterhin fest im Griff haben wird. Der aktuelle Erfahrungsaustausch zeigt aber auch, wie weit der digitale Wandel in der Region bereits fortgeschritten ist, welche Chancen Marketingabteilungen hieraus ergriffen haben und wie viel wir dabei voneinander lernen können. Es bleibt in jedem Fall spannend! ↩

Exzellentes Innovationsmanagement, Netzwerkgedanke und Weiterentwicklung von Dienstleistungsangeboten

RAUMFABRIK GEWINNT 9. MARKETING-PREIS MÜNSTER/OSNABRÜCK

Die RAUMFABRIK befasst sich mit der ganzheitlichen Planung, Gestaltung und Umsetzung anspruchsvoller Neu- und Umbauprojekte für Privatkunden. Gegründet im Jahr 2004 als professionelle Handwerkerkooperation hat die RAUMFABRIK im Laufe der Zeit ihr Leistungsspektrum der handwerklichen Ausführung aus einer Hand um die Innen- sowie Hochbauarchitektur, technische Planung und diverse Serviceleistungen rund ums Haus erweitert.



Foto: Bernd Oberheim

(V. l.) MC-Präsident Thomas Hans, MC-Geschäftsführerin Gerburgis A. Niehaus, Sven Schöpker – Geschäftsführer Raumfabrik, Kerstin Schöpker – Leitung Marketing Raumfabrik, MC-Vize-Präsident Albert Hirsch.

Am Hauptsitz in Münster und an den Standorten in Düsseldorf und auf Norderney widmen sich zehn Architekten und Innenarchitekten der Gebäudeplanung und der Koordination des gesamten Bauablaufs. In der Ausführung der Bauarbeiten verlässt sich die RAUMFABRIK auf einen festen Stamm bewährter Handwerksunternehmen. Der standortübergreifende Erfahrungsaustausch innerhalb des aus den RAUMFABRIKEN und Handwerksbetrieben bestehenden Netzwerkes fördert ein einheitliches und hohes Leistungsniveau.

Laudator Professor Manfred Krafft beschrieb den Preisträger, an diesem Abend vertreten durch Geschäftsführer Sven Schöpker und Marketing-Leiterin Kerstin Schöpker, als ein Unternehmen mit hoher Vorbildfunktion. „Durch die Vernetzung von Architektur, Planung und Handwerk ist es der RAUMFABRIK erfolgreich gelungen, zielgruppengenau ein neues Premium-Produkt im Dienstleistungsbereich zu entwickeln und als eigenständige Marke zu etablieren“, würdigte Krafft die Leistung. In beispielhafter Weise habe der Preis-

träger ein effizientes und für die Kunden attraktives wie auch effektives Dienstleistungsangebot geschaffen. Zudem konnte das Unternehmen mit einem umfassenden Kommunikationskonzept, insbesondere durch den Einsatz sozialer Medien, seine Bekanntheit stark ausbauen.

„Im Handwerk läuft es derzeit sehr gut. Dennoch machen wir uns permanent Gedanken darüber, wie wir unsere Leistungen für die Kunden weiter verbessern und die Attraktivität des Handwerks für junge Menschen erhöhen können. In Zeiten der Vollausslastung ist es nicht immer einfach, Zeit zu finden, um das Unternehmen in diesem Sinne weiterzuentwickeln. Daher sind wir besonders stolz darauf, den Marketing-Preis in diesem Jahr erhalten zu haben“, freute sich Sven Schöpker über die Auszeichnung.

**DER MARKETING-PREIS MÜNSTER/
OSNABRÜCK – DIE AUSZEICHNUNG
FÜR EXZELLENTES MARKETING IN
UNSERER REGION**

Der Marketing-Preis Münster/Osnabrück hat sich als Auszeichnung exzellenter Marketing-Leistungen in der Region einen Namen gemacht. Die Verleihung erfolgt in guter Tradition im festlichen Rahmen des Neujahrsempfangs. Ausgezeichnet werden kann das gesamte Unternehmen oder auch eine Einzelaktivität – beispielsweise die Marktpositionierung eines neuen Produktes, ein aufsehenerregendes Event etc. Im Sommer 2017 hatten sich 25 Unternehmen aus dem Münsterland, dem Osnabrücker Land und dem südlichen Emsland um den 9. Marketing-Preis Münster/Osnabrück beworben. Nach einer ersten Sichtung zogen drei Bewerber in die Finalrunde ein und präsentierten ihre Konzepte der fünfköpfigen Jury aus Marketing- und Kommunikationsexperten.

„Die Entscheidung ist uns nicht leicht gefallen. Das Niveau der Einreichungen war insgesamt sehr hoch“, kommentierte Jury-Sprecher Albert Hirsch den Wettbewerb. Die Bewertung der unterschiedlichen Marketingkonzepte gelingt der Jury anhand eines definierten Kriterienkatalogs mit Anforderungen wie eine konsequente Marktorientierung, die Integration der relevanten Marketing-Kanäle und die Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg. Auch Faktoren wie der Innovationsgrad und Kreativität fließen in die Beurteilung mit ein.

Wenn Sie überzeugt sind, dass Ihr Marketing-Konzept Maßstäbe gesetzt hat und unsere Region davon erfahren muss, sollten Sie an diesem Wettbewerb teilnehmen.

Alternativ können Sie auch ein

Ihnen bekanntes Unternehmen als Teilnehmer empfehlen, das mit seinem Marketing Beachtenswertes geleistet hat. Weitere Informationen zu Bewerbung und Teilnahmebedingungen erhalten Sie in der Geschäftsstelle des Clubs.



**DIE PREISTRÄGER DES
MARKETING PREISES
MÜNSTER/OSNABRÜCK**

9. Marketing-Preis Münster/Osnabrück (2018):

RAUMFABRIK

„Exzellentes Innovationsmanagement, Netzwerkgedanke und Weiterentwicklung von Dienstleistungsangeboten“



8. Marketing-Preis Münster/Osnabrück (2017):

DERMASENCE – MEDIZINISCHE HAUTPFLEGE

„Intensiver und nachhaltiger Aufbau der Marke DERMASENCE – MEDIZINISCHE HAUTPFLEGE“



7. Marketing-Preis Münster/Osnabrück (2016)

Ziegelei Hebrok Natrup-Hagen

„Erfolgreiche Marktpositionierung einer neuen Premium-Marke“



6. Marketing-Preis Münster/Osnabrück (2015)

emco Elektroller

„Erfolgreiche Marketingstrategie des Start-ups emco Elektroller“



5. Marketing-Preis Münster/Osnabrück (2014)

Emsa GmbH

„Mission Frische – einzigartiges und ganzheitliches Marketing-Konzept“



4. Marketing-Preis Münster/Osnabrück (2013)

Aug. Winkhaus GmbH & Co. KG

„Erweiterung des Marketing-Mix um einen vorbildlichen Social-Media-Auftritt“



3. Marketing-Preis Münster/Osnabrück (2012)

LR Health & Beauty Systems GmbH

„Erfolgreicher Launch der Duftserie Bruce Willis“



2. Marketing-Preis Münster/Osnabrück (2011)

SCHÖNOX GmbH

„Marketing-Konzept zum Produkt SCHÖNOX iFLOOR“



1. Marketing-Preis Münster/Osnabrück (2010)

Unternehmensgruppe Haverkamp

„Klare Positionierung des Unternehmens und gelungener Marketing-Mix“



Der Deutsche Marketing Verband zeichnete den Gewinner des 8. Marketing-Preises Münster/Osnabrück für herausragende Markenarbeit aus

DERMASENCE IST „BEST OF DMV 2017“

Im November 2017 war es offiziell: Deutschlands bestes Marketing kommt aus Münster. DERMASENCE, Spezialist für medizinische Hautpflege, wurde während des 44. Deutschen Marketing-Tages für sein herausragendes Marketingkonzept mit dem „Best of DMV 2017“ ausgezeichnet. Mit diesem Preis ehrt der Deutsche Marketing Verband jährlich den besten aller regionalen Marketing-Preisträger der über 60 Marketing-Clubs in Deutschland. Im Januar hatte DERMASENCE bereits den 8. Marketing-Preis Münster/Osnabrück entgegengenommen.



Freuten sich über den Gewinn des deutschlandweiten Marketing-Preises „Best of DMV 2017“: Detlef Isermann, geschäftsführender Gesellschafter von DERMASENCE (2. von links), und Gudrun Hams-Weinecke, Leiterin Marketing beim Münsteraner Spezialisten für medizinische Hautpflege. Überreicht wurde ihnen der Preis von Thomas Hans, Präsident des Marketing-Clubs Münster/Osnabrück (ganz links) und Prof. Dr. Bernd Radtke, Jurymitglied des Best of DMV und Beirat des Deutschen Marketing Verbands.

Foto: DMV/Jörn Wolter

DERMASENCE überzeugte die Jury insbesondere durch die konsequente Marktorientierung. „Das Unternehmen hat sich mit seinem beispielgebenden Marketingkonzept gegen acht starke Bewerber durchsetzen können. Die Entscheidung der Jury war einstimmig“, so Claus Peter Claudy, Vorsitzender der Jury „Best of DMV“. Für Thomas Hans, Präsident des Marketing-Clubs Münster/Osnabrück, steht der Preisträger für die Gestaltungskraft, die stringent geplante und konsequent umgesetzte Marketingarbeit entfaltet: „Die Erfolgsgeschichte von

DERMASENCE zeigt, wie man sich in einem speziellen Marktumfeld und mit einem erklärungsbedürftigen Produktportfolio breite Markenbekanntheit und Spielräume für zielgruppenspezifische, innovative Kommunikationsprojekte erarbeiten kann.“ „Dass unsere Marketingarbeit jetzt auch auf nationaler Ebene auf dem Siegereppchen steht und so in die Königsklasse der deutschen Marken aufsteigt, macht uns natürlich sehr stolz“, kommentierte Gudrun Hams-Weinecke, Leiterin Marketing bei DERMASENCE, die Auszeichnung. Detlef

Isermann, geschäftsführender Gesellschafter von DERMASENCE, ergänzte: „Diese Auszeichnung gilt einem ganzen Team, das sich im besonders herausfordernden Marktumfeld der Apothekenkosmetik-Riesen eine starke Position erarbeitet hat – mit überzeugenden Produkten, die für sehr viele Menschen einen wichtigen Beitrag zur Lebensqualität leisten. Dabei haben wir den Beweis erbracht, dass das komplexe Thema medizinische Hautpflege mit starken Markenbotschaften transportiert werden kann.“

Für Ihren Erfolg am Point of Sale



Gerne entwickeln wir für Sie individuelle Lösungen für Ihren Point of Sale.

Sprechen Sie uns an!

Klapheck Marketing Service GmbH

Seppenrader Straße 54
59348 Lüdinghausen

Tel. +49 2591 7999-50
Fax. +49 2591 7999-55

www.klapheck.de
info@klapheck.de

Marketing-Club Münster/Osnabrück

EIN STARKES NETZWERK UND FORUM GEBÜNDELTER KOMPETENZ

Seit 50 Jahren fördert der Marketing-Club Münster/Osnabrück e.V. die Marketing-Kommunikation in der regionalen Wirtschaft und ermöglicht seinen Mitgliedern exklusive Weiterbildung und Wissenstransfer im Marketing-Management.



Foto: Bernd Oberheim

Vorstand und Beirat im Jubiläumsjahr 2018:

(V. l.): Heiner Röttger, Daniel Stenkamp, Mario Rose, Anne Lück, Thomas Hans, Gerburgis A. Niehaus, Michael Hoffmann, Claudia Dohn, Dirk Mayer-Mallmann und Gudrun Hams-Weinecke. Nicht auf dem Bild: Albert Hirsch, Frank Dusny, Anett Hötzel, Anna van Dam und Gaby Hampel, Rainer Schlieff, Rainer Brettner, Oliver Erb

Mittlerweile nutzen rund 400 Einzelpersonen und Unternehmen aus dem Münsterland, dem Osnabrücker Land und dem südlichen Emsland den Club als lebhaftes Netzwerk für den Austausch von Information und Erfahrung. Die Zugehörigkeit der Mitglieder zu unterschiedlichen Branchen, Unternehmen und Marketing-Funktionen, zu Lehre und Praxis macht den Club zu einem Forum gebündelter Kompetenz und zur sprudelnden Quelle neuer Impulse. Im Mittelpunkt des Clublebens stehen die regelmäßigen Club-Abende: Fachvorträge namhafter Experten aus Industrie, Dienstleistung, Handel und Wissenschaft zu aktuellen und relevanten Themen des Marketings wechseln sich ab mit

Vor-Ort-Treffen mit inspirierenden Einblicken in die Marketingpraxis ausgesuchter Unternehmen. Abgerundet wird das attraktive Programm durch das jährliche Sommerfest und den Neujahrsempfang mit der Verleihung des Marketing-Preises Münster/Osnabrück.

Vorstand und Beirat

Präsident des Marketing-Clubs Münster/Osnabrück ist Thomas Hans. Ihm zur Seite stehen im Vorstand Vize-Präsident Albert Hirsch, Geschäftsführerin Gerburgis A. Niehaus, Schatzmeister Heiner Röttger sowie Gaby Hampel, die für das Club-Programm verantwortlich zeichnet. Im Beirat sind Anna van Dam und Daniel

Stenkamp (beide JuMPs), Frank Dusny (Firmenmitgliedschaften/Sponsoren), Michael Hoffmann (PR/Öffentlichkeitsarbeit), Anne Lück (Netzwerk/XING), Dirk Mayer-Mallmann (Netzwerk/Sponsoring), Anett Hötzel und Mario Rose (beide Netzwerk Osnabrück) sowie Claudia Dohn und Gudrun Hams-Weinecke (beide Netzwerk/Mitgliedergewinnung) tätig.



MARKETING CLUB
MÜNSTER-OSNABRÜCK

Service und Informationen

DIE GESCHÄFTSSTELLE

Ihre Ansprechpartnerin in allen Fragen zu Clubangebot, Veranstaltungen und Mitgliedschaften ist Birgit Haber-Ulmer. Sie leitet die Geschäftsstelle des Clubs, verwaltet die rund 400 Einzel- und Unternehmensmitgliedschaften, organisiert und koordiniert die Veranstaltungen und sorgt vor Ort für eine reibungslose Durchführung. Zudem unterstützt sie den Vorstand und Beirat in dessen Aufgaben und pflegt den Austausch mit der Geschäftsstelle des Deutschen Marketing Verbands.

Für den Club Report beantwortet Birgit Haber-Ulmer häufig gestellte Fragen zu Mitgliedschaft und Teilnahme an den Veranstaltungen:

Welche Formen der Mitgliedschaft bietet der Marketing-Club Münster/Osnabrück an?

Zur Auswahl stehen verschiedene Formen der Mitgliedschaft. Einzelpersonen und Unternehmen können so die für sie beste Option auswählen:

Die Einzelmitgliedschaft gibt es als persönliche Mitgliedschaft, als Junior-Mitgliedschaft (bis 35 Jahre) und als Senior-Mitgliedschaft. Studierende haben mit der Studenten-Mitgliedschaft zu einem ermäßigten Jahresbeitrag Zutritt zu den Club-Abenden. Unternehmen können zwischen der Einzel-Firmenmitgliedschaft und zwei Mehr-Personen-Firmenmitgliedschaften wählen. Damit dürfen bis zu drei bzw. fünf Angehörige eines Unternehmens die Club-Abende besuchen.



BIRGIT HABER-ULMER

Leitung Geschäftsstelle
Marketing-Club Münster/Osnabrück

Wie kann ich Mitglied werden?

Sie reichen Ihren Aufnahmeantrag in schriftlicher Form – postalisch, per Fax oder per E-Mail – in der Geschäftsstelle ein. Antragsformulare senden wir Ihnen gerne zu, Sie finden sie aber auch als Download auf den Web-Seiten des Clubs. Nach der Aufnahme in den Club stellen wir Ihnen umgehend die Bestätigung und weitere Unterlagen zu Mitgliedschaft und Jahresprogramm zu.

Wie erhalte ich Informationen über das Club-Programm und die einzelnen Veranstaltungen?

Zu Jahresbeginn geht den Mitgliedern und Interessenten das gedruckte Jahresprogramm mit allen Veranstaltungen zu. Nähere Informationen zu Themen und Referenten, Orten und Uhrzeiten erhalten Sie rechtzeitig mit den einzelnen Veranstaltungseinladungen per Newsletter. Diese werden zudem auf der Webseite des Clubs und in den Gruppen bei Xing und Facebook bekannt gegeben.

Ich möchte an einer Club-Veranstaltung teilnehmen. Wie melde ich mich an?

Die Club-Abende und Vor-Ort-Veranstaltungen sind für unsere Mitglieder kostenlos – ebenso für Mitglieder, die einem der übrigen Marketing-Clubs deutschlandweit angehören.

Vor den Veranstaltungen melden Sie sich bitte per E-Mail in der Geschäftsstelle oder über unsere Gruppe bei Xing an. Sollten Sie nach Ihrer Anmeldung in der Teilnahme verhindert sein, informieren Sie uns

bitte. So können wir Vortrag, Lokalität und Catering besser planen.

Darf ich Gäste mitbringen?

Gäste sind uns sehr willkommen. Sie müssen ebenfalls vor der Veranstaltung in der Geschäftsstelle angemeldet werden. Für den Besuch eines Club-Abends oder einer Vor-Ort-Veranstaltung fällt ein Gastbeitrag von 45 Euro an, Studenten zahlen 10 Euro. Der Beitrag kann bar und gegen Quittung an der Abendkasse entrichtet werden, auf Wunsch erstellen wir auch eine Rechnung. Unsere Gäste dürfen zwei Veranstaltungen besuchen, für die weitere Teilnahme ist eine Mitgliedschaft erforderlich.

Wie und wann kann ich die Geschäftsstelle erreichen?

Sie erreichen uns montags bis freitags vormittags telefonisch: 0 25 75 - 95 55 92, per Fax: 0 25 75 – 85 08 oder per E-Mail: info@marketingclub-ms-os.de. Die Postanschrift lautet: Geschäftsstelle Marketing-Club Münster/Osnabrück e.V., Kuckucksweg 58, 48268 Greven.

Ein großartiger Auftakt des Marketing-Jahres 2018

DER NEUJAHRSEMPFANG 2018 IM SPEICHER 10 IN MÜNSTER

So darf ein Jahr gerne beginnen: Ein festlicher Abend, gut gelaunte Gäste, ein sympathischer Preisträger, hervorragende Unterhaltung und ein köstliches Menü mit musikalischer Begleitung. Über 200 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft erlebten einen großartigen Neujahrsempfang 2018 im Speicher 10 in Münster. Eine Frage stand von Beginn an im Raum: Wer gewinnt den 9. Marketing-Preis Münster/Osnabrück?



Foto: Bernd Oberheim



Netzwerkfreundschaft feiern“, kündigte Hans eine große Jubiläumsfeier an. Doch die Frage des Abends lautete: Wessen exzellente Marketing-Leistung wird mit dem 9. Marketing-Preis Münster/Osnabrück ausgezeichnet? Die Antwort ließ auf sich warten, denn Laudator Professor Manfred Krafft von der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster befand sich aufgehalten vom dichten Straßenverkehr noch auf der Anreise. Mit den Worten „Hier erleben Sie die Vorteile der Digitalisierung“, zückte Hirsch kurzerhand sein Smartphone und bat Professor Krafft um eine telefonische Lobrede vom Beifahrersitz des Autos aus. Und so verkündete dieser den Preisträger, das Münsteraner Unternehmen RAUMFABRIK, in der „wohl ungewöhnlichsten Laudatio, die ich je gehalten habe“.

Standing Ovation des Publikums folgten, als RAUMFABRIK-Geschäftsführer Sven Schöpker und Marketing-Leiterin Kerstin Schöpker die Trophäe von Thomas Hans und Albert Hirsch entgegennahmen. Ein exquisites Drei-Gänge-Menü, begleitet von bekannten Musical-Songs und angeregter Unterhaltung, setzte einen gelungenen Neujahrsempfang fort, der später in eine spritzige Party-Nacht überging.

Durch den Abend führte wieder gewohnt smart das Moderatoren-Duo Thomas Hans und Albert Hirsch – ein eingespieltes Team, das die Vorzüge einer Club-Mitgliedschaft betonte und launig um weitere Mitglieder warb: „Vor neun Jahren haben wir den ersten Neujahrsempfang gefeiert, damals zählte der Club 200 Mitglieder. 500 Mitglieder sind das nächste Ziel!“

Dass sich eine Mitgliedschaft lohnt, mussten die beiden gar nicht sonderlich betonen: Mit 14 attraktiven Veranstaltungen rund um das Marketing stellten sie das Clubprogramm des neuen Jahres vor. Und verwiesen auf einen besonderen Geburtstag: „Der Marketing-Club Münster/Osnabrück wird 50! Im September werden wir uns hier, im Speicher 10, wieder treffen und 50 Jahre

SAVE THE DATE!

Freitag, 18. Januar 2019

Neujahrsempfang 2019 mit Verleihung des 10. Marketing-Preises Münster/Osnabrück

100
YEARS
ICONIC
BATHROOM
SOLUTIONS

KALDEWEI

A black and white photograph of a woman in profile, her hair in a bun, looking towards the right. In the foreground, a white shower tray is visible, partially illuminated. The background is dark with a large, vertical, textured blue brushstroke.

NEXSYS

BODENEBCENES DUSCHEN
NEU ERFUNDEN.

MITGLIEDERSTIMMEN



GABY HAMPEL, Leiterin Marketing/PR Perbit Software GmbH

„Der Marketing-Club Münster/Osnabrück e.V. ist ein ideales Forum, neue Entwicklungen im Marketing kennen zu lernen, über den Tellerrand des eigenen Geschäftsfeldes zu schauen und sich regelmäßig mit Fachkollegen auszutauschen. Wertvolle Erfahrungen sammeln lautet das Motto bei unseren Veranstaltungen mit Marketing-Experten, Unternehmern und Wissenschaftlern.“

DIPL. -KFM. ULRICH ROTMANN, Marketingberatung stromaufwärts



„Lernen aus fremder Erfahrung!“ Nach über 30-jähriger Mitgliedschaft mit aktiven Zeiten im Beirat und als Verantwortlicher für das Jahresprogramm bin ich überzeugt, dass der Marketing-Club Münster/Osnabrück seinem Motto in vollem Umfang gerecht wird. Dem Club ist es gelungen, Berührungspunkte zwischen Wissenschaft und Praxis abzubauen und die vermeintlichen Antipoden zum Nutzen beider zusammenzuführen:

Die Hochschulen liefern den Praktikern neue Ideen; die Erfahrungen der Praktiker dienen als Katalysator für die praktische Relevanz wissenschaftlicher Erkenntnisse. Mir persönlich als langjährigem Dozenten für Marketing und als Marketingberater bietet der Club mittlerweile ein erweitertes Motto: „Lernen aus fremder Erfahrung und aus neuesten Erkenntnissen der Marketingwissenschaft“.



MICHAEL HOFFMANN, Leiter Stabsbereich Öffentlichkeitsarbeit/Zentrale Aufgaben Handwerkskammer Münster

„Der Marketing-Club Münster/Osnabrück zeichnet sich vor allem durch sein hochinteressantes und vielfältiges Programm aus. Die Themen sind spannend und erkenntnisreich. Das Netzwerken macht Spaß und findet auf hohem Niveau statt. Mir gefällt, dass sich der Marketing-Club im positiven Sinne immer wieder neu erfindet und nicht stehen bleibt. Gelebte Praxisnähe wird groß geschrieben“.

RAINER BRETTNER, Handelsvertretung Rainer Brettner



„Ein Club lebt vom Engagement der Mitglieder. Aus diesem Grunde habe ich an einigen Veranstaltungen teilgenommen, die zuerst einmal nicht mein Interesse geweckt hatten, sich im Nachhinein aber als hochspannend offenbarten. Dass man nebenbei auch noch Entscheider und Visionäre aus verschiedenen Branchen kennen lernt, macht den Charme des Marketing-Clubs aus.“



JEANNINE VINHAGE, Marketingleitung Poko-Institut Münster

Sehen, hören, lernen, staunen, austauschen. Nette, aufgeschlossene und interessante Menschen aus allen Branchen. Neue Ideen, spannende Firmen und tolle Vorträge. So erlebe ich seit Jahren den Marketing-Club als inspirierende Veranstaltung mit „markantem Charakter“. Dabei bieten die Vor-Ort-Veranstaltungen fantastische Gelegenheiten, Einblicke in benachbarte Unternehmen und ihre Marketingstrategien zu bekommen. Es lohnt sich jedes Mal, dabei zu sein!

Foto: Bernd Oberheim

JUMPS – EINE PLATTFORM FÜR DEN MARKETING-NACHWUCHS

Die JuMPs, Junior Marketing Professionals, haben sich zu einer Plattform von Marketing-Club-Mitgliedern bis 35 Jahren zusammengeschlossen und erleichtern jüngeren Marketers den Einstieg ins Berufsleben. „Junge Mitglieder können im Marketing-Club optimal von der Berufserfahrung der alten Hasen profitieren. Gleichzeitig ist es für Berufseinsteiger allerdings auch besonders hilfreich und wichtig, untereinander Erfahrungen auszutauschen“, erklären die JuMPs-Vertreter Anna van Dam und Daniel Stenkamp. „Neben den regulären Clubveranstaltungen bieten wir den JuMPs weitere Veranstaltungsformate. Dabei haben die jungen Mitglieder zusätzliche Gelegenheiten zum Netzwerken und Diskutieren aktueller Themen und Trends.“



Anna van Dam und Daniel Stenkamp vertreten die JuMPs im Marketing-Club Münster/Osnabrück.

„Bei den jährlichen Kaminabenden stellen sich erfahrene Unternehmenslenker und Marketing-Experten in entspannter Atmosphäre den Fragen der JuMPs“, erzählt Daniel Stenkamp. „Bei unserem nächsten Kaminabend am 22. November plaudern wir mit unserem Gast Steffi Stephan, der Musiker ist und zusammen mit Udo Lindenberg das ‚Panikorchester‘ gegründet hat.“ Anna van Dam ergänzt, dass es im letzten Drittel des Jahres noch ein weiteres Mal spannend für die JuMPs wird: „Wir planen bereits eine weitere interessante Veranstaltung mit Workshop-Charakter.“

„In diesem Jahr stand am 2. Mai eine Filmvorführung im Cinema Münster auf dem

Programm. Wir haben uns die Gewinnerbeiträge des Wettbewerbs für Werbefilme DIE KLAPPE angesehen. Im Marketing sind Werbefilme gar nicht mehr wegzudenken. Sie vereinen überraschende Ideen, technische Feinheiten und visuelles Storytelling“, blickt Daniel Stenkamp auf den JuMPs-Abend zurück.

„Ein weiteres Highlight in diesem Jahr war die Nationale Jugend-Tagung Ende April. Neben herausragenden Workshops mit führenden Global Playern und Hidden Champions konnten wir uns außerdem mit anderen JuMPs deutschlandweit vernetzen“, erinnert sich Anna van Dam an die drei ereignisreichen Tage in München. „Wir treffen uns nicht nur bei regulären



Fotos: Bernd Oberheim

Veranstaltungen, sondern auch zu geselligen Stammtischen, Pizza-Abenden oder Weihnachtsmarktbesuchen. Diese Treffen sind eine super Gelegenheit, uns kennenzulernen. Neue Gesichter sind bei uns immer herzlich willkommen“, laden Anna van Dam und Daniel Stenkamp alle Interessierten zu den JuMPs im Marketing-Club Münster/Osnabrück ein.

DER MARKETING-CLUB IN DEN MEDIEN

Unser lebendiges Club-Leben und unsere vielen attraktiven Veranstaltungen stoßen auch immer wieder auf reges Medieninteresse. Hier sehen Sie eine kleine Auswahl.

Marketing-Preis



Ausgezeichnetes Marketing

Der Marketing-Preis 2018 ist der wichtigste Ehrerwerb für Marketing-Profis in Deutschland. Er wird jährlich von der Marketing-Club Münster/Osnabrück verliehen. In diesem Jahr ging der Preis an die Marketing-Club Münster/Osnabrück für ihre hervorragende Arbeit bei der Gewinnung neuer Mitglieder.

Marketing-Preis



Erfolgreich durch Vernetzung

Marketing-Club Münster/Osnabrück hat den Marketing-Preis 2018 an die Marketing-Club Münster/Osnabrück verliehen. Die Gewinner wurden für ihre hervorragende Arbeit bei der Gewinnung neuer Mitglieder ausgezeichnet.

MÜNSTERLAND MANAGER



Erfolgreich durch Vernetzung

Marketing-Club Münster/Osnabrück hat den Marketing-Preis 2018 an die Marketing-Club Münster/Osnabrück verliehen. Die Gewinner wurden für ihre hervorragende Arbeit bei der Gewinnung neuer Mitglieder ausgezeichnet.

Verleihung des 9. Marketing-Preis Münster/Osnabrück



Der alljährliche Marketing-Preis wird in diesem Jahr an die Marketing-Club Münster/Osnabrück verliehen. Die Gewinner wurden für ihre hervorragende Arbeit bei der Gewinnung neuer Mitglieder ausgezeichnet.

Einblicke in die Marketingpraxis



Marketing-Club Münster/Osnabrück hat den Marketing-Preis 2018 an die Marketing-Club Münster/Osnabrück verliehen. Die Gewinner wurden für ihre hervorragende Arbeit bei der Gewinnung neuer Mitglieder ausgezeichnet.

MÜNSTERLAND MANAGER



Sales-Performance steigern

Marketing-Club Münster/Osnabrück hat den Marketing-Preis 2018 an die Marketing-Club Münster/Osnabrück verliehen. Die Gewinner wurden für ihre hervorragende Arbeit bei der Gewinnung neuer Mitglieder ausgezeichnet.

IMPULSPATRIUM



Hörschlag für die Raumfabrik

Marketing-Club Münster/Osnabrück hat den Marketing-Preis 2018 an die Marketing-Club Münster/Osnabrück verliehen. Die Gewinner wurden für ihre hervorragende Arbeit bei der Gewinnung neuer Mitglieder ausgezeichnet.

Wirtschaftswoche



Drei Assoziierungen für Daxindexer in einem Jahr

Marketing-Club Münster/Osnabrück hat den Marketing-Preis 2018 an die Marketing-Club Münster/Osnabrück verliehen. Die Gewinner wurden für ihre hervorragende Arbeit bei der Gewinnung neuer Mitglieder ausgezeichnet.

Marke „Raumfabrik“ etabliert



Marketing-Club Münster/Osnabrück hat den Marketing-Preis 2018 an die Marketing-Club Münster/Osnabrück verliehen. Die Gewinner wurden für ihre hervorragende Arbeit bei der Gewinnung neuer Mitglieder ausgezeichnet.

PROGRAMM 2. HALBJAHR 2018

ERFAHRUNG UND WISSEN FÜR DIE ZUKUNFT

MARKETING MADE IN MÜNSTER/OSNABRÜCK

Unseren Veranstaltungen haben wir ein festes Format gegeben. Das dürfen Sie von uns erwarten:

Zeit und Ablauf – sofern in der Einladung nicht anders angegeben:

18:30 Uhr Beginn des Vortrags, anschließend Get-together bei Imbiss und Getränken.

Gäste sind uns willkommen! Gastgeber 45 Euro, Studierende 10 Euro.

Ort:

IHK Nord Westfalen, Sentmaringer Weg 61, 48151 Münster

IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim, Neuer Graben 38, 49074 Osnabrück

Handwerkskammer Münster, Bismarckallee 1, 48151 Münster

Parkmöglichkeiten vor Ort sind ausreichend vorhanden.

Donnerstag, 13. September 2018
**SPONSORING- UND MARKETING-
 AKTIVITÄTEN IM RAHMEN DER
 FIFA FUSSBALL-WELTMEISTER-
 SCHAFT RUSSLAND 2018™**

Christian Akamp

FIFA

Ort: IHK Nord Westfalen, Münster

Freitag, 21. September 2018
**JUBILÄUMSFEIER:
 50 JAHRE MARKETING-CLUB
 MÜNSTER/OSNABRÜCK**

Ort: Speicher 10, Münster

Montag, 15. Oktober 2018
**DIE ZUKUNFT DES STATIONÄ-
 REN HANDELS AM BEISPIEL
 DES SPORTHAUSES L&T**

Mark Rauschen, Fabian Stackmann

Lengermann & Trieschmann

Ort: Lengermann + Trieschmann

GmbH & Co. KG, Osnabrück

Montag, 12. November 2018
DIE MARKE MÜNSTERLAND

Christoph Engl

Brand Trust GmbH

Ort: IHK Nord Westfalen, Münster

Freitag, 16. November 2018
MARKETING INNOVATION DAY

Ort: rock`npopmuseum, Gronau

Donnerstag, 22. November 2018
JUMPS KAMINABEND

Plaudern mit Karl Georg „Steffi“ Stephan

Ort: Jovel, Münster

Montag, 03. Dezember 2018
**JAGUAR – DIE ENTWICKLUNG
 EINER ERFOLGREICHEN MARKE**

Wolf Frede

Autohaus Stopka

Ort: Autohaus Stopka, Münster

Freitag, 18. Januar 2019
**NEUJAHRSEMPFANG MIT
 VERLEIHUNG DES 10. MAR-
 KETING-PREISES MÜN-
 TER/OSNABRÜCK**

Ort: Speicher 10, Münster

Änderungen vorbehalten. Weitere Informationen oder Änderungen zu Themen, Referenten, Orten und Uhrzeiten werden rechtzeitig mit den Veranstaltungseinladungen und auf der Internetseite des Clubs bekannt gegeben.

www.marketingclub-ms-os.de

Besuchen Sie uns doch auch bei XING oder Facebook!

Für den Newsletter melden Sie sich bitte an unter info@marketingclub-ms-os.de.

VERANSTALTUNGS- RÜCKBLICK

Einblicke in erfolgreiche Marken- und Produkt-Konzepte, Employer Branding, Change Management, Digitalisierung, die Verleihung des Marketing-Preises Münster/Osnabrück und viele Gelegenheiten zu Austausch und Netzwerken: Mit einem spannenden und vielseitigen Programm wusste der Marketing-Club Münster/Osnabrück seit der Sommerpause 2017 Mitglieder und Gäste wieder zu überzeugen:

1 AUF ZUM HAFEN!

Sein Sommerfest feierte der Marketing-Club bei DERMASENCE, dem Gewinner des Marketing-Preises im Jahr 2017.

Als Höhepunkt stand eine geführte Besichtigung zweier Skulpturen der internationalen Kunstausstellung Skulptur Projekte 2017 auf dem Programm. Den Gang „On Water“ über Ayşe Erkmen's Steg durch das Hafenbecken ließen sich die Marketers nicht entgehen, bevor sie den Abend bei Köstlichkeiten vom Grill und angeregten Gesprächen ausklingen ließen.



1



1



1



1

2 Wertschöpfung durch digitale Transformation:

MITTELSTAND 4.0

Die Industrie hat die Digitalisierung schon hinter sich - was kann der Mittelstand daraus lernen?

Die Antwort gab Achim Himmelreich, Director Digital Transformation bei Capgemini Deutschland und Vizepräsident des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., in seinem Vortrag „Wertschöpfung durch digitale Transformation: Mittelstand 4.0“.



2

(V.l.) Thomas Hans – MC-Präsident, Gaby Hampel – Leitung Club-Programm, Achim Himmelreich, MC-Geschäftsführerin Gerburgis A. Niehaus und Albert Hirsch – MC-Vizepräsident.



2

Fotos: Bernd Oberheim



(V.l.) Susanne Korn, Leitung Marketing und Kommunikation – THONET, MC-Präsident Thomas Hans, Gaby Hampel – Leitung MC-Club-Programm, freiraum-Geschäftsführer Bernhard Borchert und Christoph Schings, Group Director Marketing & Communication bei Hengst Filtration

3 Eine Möbelmarke im Wandel der Zeit

THONET

Welche Location in Münster eignet sich besser für eine Veranstaltung über die Marke THONET als das neue, mit THONET-Mobiliar ausgestattete Verwaltungsgebäude von Hengst, weltweit tätiger Hersteller von Filtrationslösungen? Susanne Korn, Leitung Marketing und Kommunikation bei THONET, ermöglichte dem Club spannende Einblicke in Geschichte, Sortiment und Marketing des Frankfurter Möbelherstellers.



4 Vom Rock`n`Roll zum Protokoll

DIENSTLEISTUNG IN EINEM WEITEN UMFELD

„Geld spielte in meinen Träumen überhaupt keine Rolle, mich hat die Leidenschaft zur Musik getrieben.“ Beim JuMPs-Kaminabend berichtete Carl Cordier von seinem Weg vom Vollblut-Musiker zum Gründer und Geschäftsführer der POOL-group, einer der größten Event-Production-Companies in Europa.



5 Recruiting für Rekruten

DIE ARBEITGEBER-KOMMUNIKATION DER BUNDESWEHR

Dirk Feldhaus, verantwortlich für die Arbeitgeberkommunikation und Personalwerbung der Bundeswehr im Bundesministerium der Verteidigung und einige Tage zuvor für die Kampagne „Die Rekruten“ mit dem GWA Effie Grand Prix ausgezeichnet, informierte über Strategie und Kommunikationsmaßnahmen, mit denen die Bundeswehr offensiv um Nachwuchskräfte wirbt. ➔



(V.l.) Thomas Hans – MC-Präsident, Gaby Hampel – Leitung Club-Programm, Dirk Feldhaus, MC-Geschäftsführerin Gerburgis A. Niehaus.

6 WEIHNACHTS-MEETUP IN HOLSTEINS WEINLAGER

Zeit für interessante Menschen, anregende Gespräche, köstliche Weine und delikates Fingerfood: Den letzten Clubabend des Jahres 2017 verbrachten die Marketers in entspannter Atmosphäre in Holsteins Weinlager in Münster.



7 Sales Performance steigern

WAS IST WIRKLICH WICHTIG

Volker Schulz, Experte für Lösungen im Dienstleistungssegment Board & Executive bei Mercuri Urval, informierte über Methoden, mit denen sich Vertriebsprozesse optimal strukturieren und steuern, Kundenbeziehungen intensivieren und geeignete Mitarbeiter und Führungskräfte finden lassen.

8 Go digital

DIE ROLLE DES DIGITAL HUBS MÜNSTERLAND

„Wir vernetzen und liefern Energie in unterschiedliche Richtungen“ – Tom Malessa, Geschäftsführer des Digital Hubs münsterLAND, stellte dem Marketing-Club das im März 2017 in Münster eröffnete digitale Kompetenzzentren als Drehscheibe der Zusammenarbeit von Unternehmen, Institutionen und Verbänden, Wissenschaft und Start-ups vor. ➔



(v.l.): MC-Präsident Thomas Hans, MC-Geschäftsführerin Gerburgis A. Niehaus, Volker Schulz und Gaby Hampel, MC-Leitung Clubprogramm.



Tom Malessa, Digitalhub münsterLAND

Fotos: Bernd Oberhein



**Wir schaffen Marke. Mit digitalem Herzblut.
Preisgekrönt.**

husare gewinnt den Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2018
für die Unternehmenskampagne „DAF Bockstark – Das Trucker Workout“.
Wir freuen uns zusammen mit unserem Kunden DAF Trucks Deutschland!

Und was können wir für Sie tun? Welche Ziele können wir gemeinsam erreichen?
Mehr Content? Mehr Stories? Mehr digitale Transformation?
Machen wir gerne, zeigen wir Ihnen gerne – Hand drauf. Wann?



9 Das Erfolgsrezept einer ganz besonderen Küchenmaschine

THERMOMIX®

Für seine ungewöhnliche und äußerst erfolgreiche Marketingstrategie wurde Thermomix im November 2017 mit dem Deutschen Marketing-Preis ausgezeichnet. Verena Lütke Uhlenbrock, Head of Marketing Thermomix Deutschland, verriet dem Marketing-Club die Zutaten des Erfolgsrezeptes.



(V. l.) MC-Geschäftsführerin Gerburgis A. Niehaus, Gaby Hampel – MC-Leitung Clubprogramm, Verena Lütke Uhlenbrock, Head of Marketing Thermomix Deutschland und MC-Vizepräsident Albert Hirsch.

10 Erfolgreiche Positionierung eines internationalen Retailers und Marktführers in sich verändernden Märkten

SWAROVSKI

Seit über 120 Jahren steht der Name Swarovski für Eleganz, funkelnde Raffinesse und technische Präzision. Helge Brückner, Retail Real Estate Development Manager bei Swarovski, ermöglichte dem Marketing-Club Einsichten in die wirtschaftlich wechselvolle Geschichte, in die Ziele und das Retail Management der Schmucksparte des österreichischen Kristallglasherstellers.



(V. l.) MC-Geschäftsführerin Gerburgis A. Niehaus und Helge Brückner, Retail Real Estate Development Manager bei Swarovski

11 Zu Gast in der Raumfabrik

9. MARKETING-PREIS-TRÄGER MÜNSTER/OSNABRÜCK

An einem herrlichen Abend im Mai lud die RAUMFABRIK, Gewinner des 9. Marketing-Preises Münster/Osnabrück, den Club in die im Hafen Münster gelegenen Ausstellungsräume ein. RAUMFABRIK-Geschäftsführer Sven Schöpker präsentierte Konzept und Marketingstrategie des Unternehmens und stellte mit der „Mission geiles Handwerk“ die neueste Idee der RAUMFABRIK vor. ➔



Raumfabrik-Geschäftsführer Sven Schöpker





12 Vince Ebert im Marketing-Club
Münster/Osnabrück

BIG DADAISMUS

Gemeinsam mit Diplom-Physiker und Wissenschaftskabarettist Vince Ebert warf der Marketing-Club im GOP Münster einen etwas anderen Blick auf die Digitalisierung. „Wir leben im Zeitalter der digitalen Hysterie,“ stellte Ebert fest und zeigte mit amüsant-pointierten Beispielen vom steinzeitlichen Lagerfeuer als dem ersten sozialen Netzwerk über das London des 19. Jahrhunderts und seinen Geburtsort im Odenwald bis zum Silicon Valley auf, dass das Thema digitale Transformation so hip und neu gar nicht ist.



13 Best of Werbefilm und Bewegtbild

DIE KLAPPE

Einen anregenden Abend verbrachte der Marketing-Club bei der Aufführung von „Die Klappe“ im Cinema Münster. Für das Best-of der ausgezeichneten Beiträge im wichtigsten Wettbewerb für Werbefilme aus Deutschland, Österreich und der Schweiz stärkten sich die Marketers vorher mit Tapas und Getränken.



14 Verschmelzung von Marketing & Vertrieb in Zeiten digitaler Transformation

GEMEINSAM STATT EINSAM

„Wie bleiben wir interessant für Kunden, für Mitarbeiter, für Partner?“ Udo Wenker, Geschäftsführer der SIEVERS-GROUP, Robin Kuhrt, Leiter Customer Relations, und Robert Brockbals, Divisionsleiter Business Solutions, stellten den umfangreichen Change-Prozess vor, mit dem das Osnabrücker IT-Architekturhaus Marketing und Vertrieb zusammengeführt und neu strukturiert hatte. ↻



(V.l.): Robin Kuhrt, Robert Brockbals und Udo Wenker informierten über die Entwicklung der SIEVERS-GROUP vom produktorientierten IT-Dienstleister zum ganzheitlich und neutral beratenden IT-Architekturhaus.

Marketingclub Münster/Osnabrück

EIN STARKES NETZWERK FÜR AUSTAUSCH UND WEITERBILDUNG

Werden Sie Teil eines lebendigen und starken Netzwerkes und bedienen Sie sich fremder Erfahrung:

- Schöpfen Sie aus dem Wissen hochkarätiger Referenten aus Theorie und Praxis zu aktuellen und relevanten Themen des Marketings!
- Tauschen Sie sich aus mit interessanten Gesprächspartnern – erfahrene Marketing-Experten verschiedener Branchen und Berufseinsteiger mit frischen Ideen und Impulsen!
- Nehmen Sie vor Ort Einblick in die Marketing-Praxis ausgesuchter Unternehmen der Region!

Mitgliedschaft

Im Marketing-Club Münster/Osnabrück können Personen und Unternehmen Mitglied werden, die im Marketing tätig sind oder sich in besonderem Maße als markt-, kunden- oder vertriebsorientiert verstehen. Einzelpersonen profitieren mit der unternehmensunabhängigen persönlichen Mitgliedschaft von den Vorteilen und Leistungen des Clubs. Studierenden, Marketers bis zum 35. Lebensjahr und Senioren bieten wir vergünstigte Formen der persönlichen Mitgliedschaft an. Mit der Firmen-Mitgliedschaft wird das Unternehmen Mitglied. Hier können je nach Mitgliedschaftstyp eine Person, drei oder fünf Personen das Club-Angebot nutzen.

Wenn Sie Mitglied im Marketing-Club werden möchten, können Sie unter www.marketingclub-ms-os.de einfach den entsprechenden Mitgliedsantrag herunterladen, ausfüllen und uns per E-Mail senden.

Marketing-Club Münster/Osnabrück
Clubsekretariat: Birgit Haber-Ulmer
Tel. 0 25 75-95 55 92

Persönliche Mitgliedschaft

- Jahresgebühr: € 250,00
- Aufnahmegebühr (einmalig): € 100,00

Junior-Mitgliedschaft - JuMPs

- bis 35 Jahre: € 125,00
- Aufnahmegebühr (einmalig): /

Studenten-Mitgliedschaft

- € 50,00
- Aufnahmegebühr (einmalig): /

Senior-Mitgliedschaft

- € 50,00
- Aufnahmegebühr (einmalig): /

Firmen-Mitgliedschaft (Typ C – 1 Person)

- 1 Mitarbeiter kann an den Veranstaltungen teilnehmen: € 300,00
- Aufnahmegebühr (einmalig): /

Firmen-Mitgliedschaft (Typ B - 3 Personen)

- max. 3 Mitarbeiter können an den Veranstaltungen teilnehmen: € 675,00
- Aufnahmegebühr (einmalig): € 100,00

Firmen-Mitgliedschaft (Typ A - 5 Personen)

- max. 5 Mitarbeiter können an den Veranstaltungen teilnehmen: € 1.125,00
- Aufnahmegebühr (einmalig): € 100,00

Influencer Marketing

CHANCEN UND GRENZEN

Die Digitalisierung hat die Kommunikation zwischen Marken und Konsumenten verändert. In einer vernetzten Welt werden Marktteilnehmer zu modernen Meinungsführern, die im Spannungsfeld von Glaubwürdigkeit und gekaufter Reichweite ihre Position im Marketingmix finden. Welche Potenziale das Influencer Marketing die Markenführung hat, wird in dem aktuellen Whitepaper des Competence Circles „Markenmanagement“ von Katrin Böhme (MARKENwelten), Dr. Annette Bruce (Creative Advantage) und Ulf-Brün Drechsel (BrandMerchand) diskutiert.

Keine Frage: Persönliche Empfehlungen haben Einfluss. Was früher die klassische Mund-zu-Mund-Propaganda war, findet seine Fortsetzung nun im Netz. Denn, wie die Autoren des Whitepapers ausführen, Vorbilder prägen die Kommunikation von Menschen und so nutzte das Marketing schon immer Markenbotschafter oder Testimonials, um Produkte als besonders einzigartig oder begehrenswert zu präsentieren. Das Vertrauen in die Glaubwürdigkeit und die Strahlkraft solcher Persönlichkeiten sollte auf die entsprechenden Marken abstrahlen. In der digitalen Welt ist eine neue Generation von Empfehlungsmarketern herangewachsen, die mit einer konsumfreudigen Anhängerschaft die Kraft der persönlichen Empfehlung in bislang nicht bekanntem Ausmaß operationalisieren und skalieren können. Die Vorbilder von heute kommunizieren direkt mit den potenziellen Kunden und bieten den Marken damit einen „Sitz in der ersten Reihe“ bei der persönlichen Kundenansprache. Influencer verbreiten relevante Inhalte über die passenden Kanäle in der richtigen Sprache der Zielgruppe und erreichen hohe Anerkennung in einer großen und treuen Community. Sie agieren genau dort, wo ihre Follower unterwegs sind: auf Blogs, in Foren und auf den anderen Social-Media-Kanälen.

Vertrauen ist der Schlüssel

Aber auch das Influencer Marketing birgt Risiken bzw. Herausforderungen an den Marketer. Darauf weisen die Autoren des Whitepapers hin. Denn Marken nutzen den Vertrauensvorsprung des Influencers. Dafür legen sie aber auch Gestaltung und Steuerung der Kommunikation in seine Hände. Der Influencer macht die Marke zum Gesprächsgegenstand und kreiert die passenden und unterstützenden Inhalte zu der präsentierten Marke. Im besten Fall wird er so zum Multiplikator einer mehrwertorientierten Content-Strategie und das vermeintlich ohne den klassischen werblichen Ansatz. Damit das gelingt, empfehlen die Autoren eine klar definierte Positionierung der Marke. So wie bei allen anderen Kommunikationskanälen gilt auch hier, dass sich Influencer an dieser Positionierung orientieren müssen. Die eigentliche Herausforderung liegt in der Definition des Gestaltungsspielraums: Der perfekte Mix aus Kontrolle und Loslassen wird mit authentischem Content im passenden Kontext belohnt.

Weiterhin ist die Identifizierung des richtigen Influencers und seiner Relevanz eine komplexe Aufgabe. Letztlich ist es jedoch die Glaubwürdigkeit, die einen Influencer



auszeichnet. Sein Kapital ist seine Community: Fans, zu denen er eine Beziehung aufgebaut hat und die ihm nahezu bedingungslos vertrauen. Nur so bekommt er den „Einfluss“, mit dem er inspirieren, überzeugen oder motivieren kann. Wenn das gelingt, bietet er den Marken einen glaubhaften Zugang zu den gewünschten Zielgruppen.

Das Whitepaper gibt's unter www.marketingverband.de/fileadmin/Whitepaper_Markenmanagement_Influencer_Marketing.pdf

45. Deutscher Marketing Tag

#MARKETING_GETTING_SMARTER

Alles wird smarter. Natürlich auch der 45. Deutsche Marketing Tag, der 2018 am 5. und 6. Dezember in Hannover stattfindet. Der Trendtag für das marketingaffine Fachpublikum und die Mitglieder der deutschlandweiten Marketing Clubs wartet auch in diesem Jahr mit einem hochkarätigen Programm auf.



Gemeinsam mit der European Marketing Confederation (EMC) hat der Deutsche Marketing Verband (DMV) Ende 2017 rund 800 europäische Marketing- und Vertriebsverantwortliche befragt: Was sind die wichtigsten Themenstellungen für 2018? Aus den Ergebnissen dieser Trendstudie ist die „Marketing Agenda 2018“ entstanden – aus der Feder von Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident des DMV. Die „Marketing Agenda 2018“ bildet die inhaltliche Grundlage für den 45. Deutschen Marketing Tag. Und so entstand auch der Titel der Veranstaltung: #marketing_getting_smarter.

Marketing- und Vertriebsfunktion werden zunehmend datenbasiert, intelligent und fokussiert unter Ausnutzung digitaler Anwendungsszenarien in cross-funktionalen Teams. Auf dem 45. Deutschen Marketing Tag 2018 erfahren und diskutieren Marketeers anhand von relevanten Praxisbeispielen und inspiriert durch visionäre „Keynotes“, wie alles im Marketing „smarter“ wird. Dabei geht es wie gewohnt weniger theoretisch als vielmehr ganz praktisch zu. Anhand konkreter Umsetzungserfahrungen kommt es zu einem lebhaften Austausch – Networking selbstverständlich inklusive.

Auch in diesem Jahr ist das unbestrittene Highlight am Abend des Kongresses die Verleihung des Deutschen Marketing Preises 2018. Die Gäste erwarten ein unterhaltsamer Abend in feierlicher Atmosphäre sowie so einige kulinarische Höhepunkte.

Was steht auf der Marketing-Agenda

Ein Ergebnis der Trendstudie „Marketing Agenda 2018“ ergab, dass folgende Themen die Marketeers am häufigsten umtreiben: Marketing-Automatisierung, Customer Journey Analyse, Digitale Trans-



formation oder auch Brand Management. An vorderster Stelle wird laut Prof. Dr. Ralf E. Strauß unisono von den Befragten die Notwendigkeit zur weiteren Marketing-Automatisierung hervorgehoben, also der Einsatz moderner IT-Plattformen zur Neukundengewinnung, Kundenbindung und um bestehende Kunden zu Wiederkäufern zu machen. Die meisten Diskussionen um Marketing-Automatisierung setzen ihren Schwerpunkt im sogenannten Lead-Nurturing als systematische und automatisierte Weiterqualifizierung eines Leads – wie z. B. eine eingegangene Anfrage, Datenpunkte via Cookies oder auch über den Erhalt einer Kontakt-Info wie beispielsweise eine E-Mail-Adresse – bis zum Abschluss eines Auftrags. Daneben präsentiert sich Brand Management als eine der zentralen Herausforderungen in einer hypervernetzten Welt. Während die Mehrheit eigentlich davon ausgeht, dass der konzeptionelle

Unterbau im Markenmanagement bereits errichtet worden ist, entstehen durch das Auftreten neuer Marken und Interaktionsformate – etwa durch YouTube-Stars – als auch durch Voice Recognition und Smarthome Assistants – z. B. auf Basis von Alexa oder Siri – immer wieder neue Fragestellungen in puncto Strategie und Positionierung. Beide Effekte tragen dazu bei, dass die Bedeutung der Verankerung von Marken im Bewusstsein des Konsumenten weiter zunimmt. Im Vordergrund steht hier immer wieder die Frage, wie man sich als Category Leader in einem jeweiligen Nischensegment positionieren kann, weshalb sich in den letzten zwei Jahren der „Erfolg der Marke in der Nische“ als eines der mit am meisten diskutierten Themenfelder herauskristallisiert. Mit anderen Worten: Was machen (hidden) Champions eigentlich, dass sie in einem (spitzen) Segment durchschlagenden Erfolg haben?

Neuromarketing

Und immer wieder wünschen sich die Marketing-Experten in die Köpfe ihrer Kunden blicken zu können, um den „Kauf-Button“ zu identifizieren. Das würde doch so vieles einfacher machen. Ist hier Neuromarketing vielleicht ein Schlüssel zum Kunden-Kopf? Zwar sind in diesem Bereich viele Fragen für den praktischen Einsatz noch nicht abschließend geklärt, aber das Verständnis, wie Kaufentscheidungen gefällt werden, könnte durch Neuromarketing erhöht werden, um die Kundenansprache möglichst effizient zu gestalten. Hierbei geht es u. a. um multisensorische Verarbeitungsprozesse. Wie zum Beispiel: Wie werden Gestaltungen, Markenauftritte etc. im Gehirn verarbeitet und welche Implikationen hat das auf die Markenführung insgesamt oder auf die Produkt- und Verpackungsgestaltung im Besonderen? Weiterhin stehen emotional-kognitive Verarbeitungsprozesse im Fokus. Es wird untersucht, wie Anzeigen und TV-Spots im Gehirn aufgenommen und verarbeitet werden. Ein Themenfeld, das sicherlich vor allem für große Unternehmen künftig eine Rolle spielen wird.

Diese und viele andere Fragen mehr gilt es im Dezember 2018 zu diskutieren. Man darf gespannt sein, nachdem der 44. Deutsche Marketing Tag mit einem neuen Besucherrekord ein solch grandioser Erfolg war. Hier standen eine Vielzahl an neuartigen Themen und crossfunktionale Herausforderungen unter der Überschrift #_NEXT_LEVEL_MARKETING auf dem Programm. Ebenfalls zukunftsweisende Konzepte und Themen, die nach wie vor heiß diskutiert werden. Sicherlich auch wieder in Hannover.

Mitgliedsunternehmen präsentieren ihre Angebote

STARKE UNTERNEHMEN FÜR EINE STARKE REGION

34	Ausgezeichneter Arbeitgeber shopware AG, Schöppingen	48	Mediendienstleister Laudert GmbH & Co. KG, Vreden
36	Badlösungen Franz Kaldewei GmbH & Co. KG, Ahlen	49	Medienhaus LUC GmbH, Selm und Greven
38	Bauplanung Raumfabrik Münster / Osnabrück GmbH & Co. KG	50	Standortvorteil AirportPark FMO GmbH, Greven
39	Bauprojektmanagement A. Kernig Building Consultant, Münster	52	Out-of-Home-Medien WallDecaux GmbH, Münster
40	Beratung HLB Dr. Schumacher & Partner GmbH, Münster	53	Smarte Hörakustik GN Hearing GmbH, Münster
42	Digitale Kommunikation Videro AG, Gronau	54	Personal- und Managementberatung Mercuri Urval GmbH, Hamburg
43	Druckveredelung GRÄFE Druckveredelung GmbH, Bielefeld	55	Personalberatung goerlich consult GmbH & Co. KG, Münster
44	Event-Location Mario Engbers Gastronomie & Service GmbH, Münster	56	Preisträger P&M Cosmetics GmbH & Co. KG, Münster
44	Intralogistik-Lösungen Beumer Group GmbH & Co. KG, Beckum	58	Traditionsunternehmen Aschendorff Medien GmbH & Co. KG, Münster
45	Kunden-Events L&S GmbH & Co. KG, Hörstel-Riesenbeck	60	Reichweite vs. Targeting Artgerecht Werbeagentur GmbH, Bielefeld
46	Kommunikations- und Kampagnenmanagement Ortmeier Medien Gruppe, Saerbeck	62	Smarte Raumkonzepte Klapheck Marketing Service GmbH, Lüdinghausen
47	Markenführung Husare GmbH, Emsdetten	64	Online Agentur Sumananten GmbH, Osnabrück
		65	Werbung MSO Medien-Service GmbH & Co. KG, Osnabrück

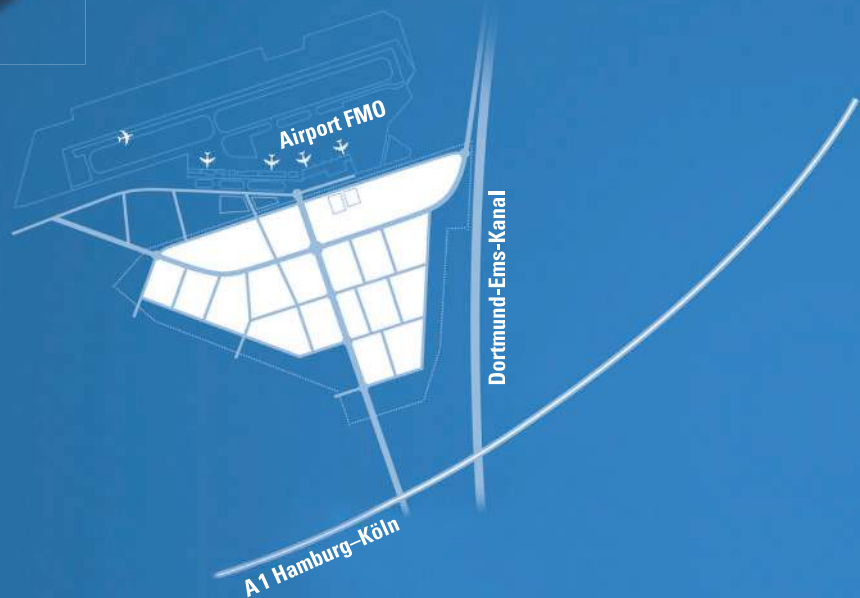
AirportPark FMO – Expansion gesichert!

Innovativer Business Park
am Flughafen Münster/
Osnabrück direkt an der
A1 Hamburg–Köln

- Breitband/Rechenzentrum
- Biomasse-HKW
- LED-Beleuchtung
- Regenerative Regenwassernutzung

200 ha für

- Büro/Hotel
- Dienstleistung
- Gewerbe/Logistik



- Gesichertes Baurecht
- voll erschlossen
- ab 2.000 bis über
100.000 qm parzellierbar
- 24/7-Betrieb

Jetzt Grundstücke und
Mietflächen sichern!

+ 49 (0) 25 71 - 94 47 80
WWW.AIRPORTPARKFMO.DE



Innovating Business.

AirportPark
FMO





RAUM FABRIK

WIR SIND NICHT DIE
HEINZELMÄNNCHEN.

*Es fühlt sich nur
so an.*

Denn wir setzen **Ihren individuellen Um- und Neubau** in Zusammenarbeit mit zehn Meisterbetrieben so um, dass Sie fast nichts davon mitbekommen. **100% Kundenzufriedenheit:** Hochwertige, saubere Arbeit mit Preisgarantie und für Sie völlig stressfrei. **Architektur, Planung, Handwerk!**



Raumfabrik Münster/Osnabrück
GmbH & Co. KG

Hafenweg 24 a – Am Kreativkai
48155 Münster
0251/6749 98 70
www.raumfabrik.de

Preisträger des
Marketingpreises 2018



MARKETING VON A BIS Z
AUSGEZEICHNETER ARBEITGEBER

SHOPWARE AG, SCHÖPPINGEN

Einer der besten Arbeitgeber Deutschlands

Nachdem die shopware AG im vergangenen Jahr gleich beim ersten Mal erfolgreich am Great Place To Work-Wettbewerb teilgenommen hatte, konnte das Unternehmen aus dem münsterländischen Schöppingen in diesem Jahr noch bessere Ergebnisse einfahren: Unter anderem ist Shopware bundesweit als sechstester Arbeitgeber für eine außergewöhnliche Unternehmenskultur ausgezeichnet worden.

Freuen sich über eine starke Platzierung: Dominic Klein, Stefan Heyne (Vorstand), Natascha Wiersbin und Sebastian Hamann (Vorstand)



Great Place To Work ehrt jährlich die besten Arbeitgeber in verschiedenen Kategorien. Bewertungsgrundlage ist eine ausführliche anonyme Befragung der Mitarbeitenden zu zentralen Arbeitsplatzthemen. Darüber hinaus wird das Management jedes Unternehmens zu förderlichen Maßnahmen und Angeboten der Personalarbeit im Unternehmen befragt. Die Ergebnisse der beiden international bewährten Untersuchungsinstrumente werden im Verhältnis von 2:1 gewichtet; die Bewertung der Mitarbeitenden steht also im Vordergrund.

Am Great Place to Work-Dachwettbewerb „Deutschlands Beste Arbeitgeber 2018“ beteiligten sich bundesweit rund 740 Unternehmen aller Größen und Branchen.

Neben Platz 6 im bundesweiten Vergleich konnte Shopware in NRW und im Münsterland jeweils den 2. Platz belegen, während es in der Kategorie „ITK-Unternehmen“ ebenfalls zum sechsten Platz reichte.

www.shopware.com



***POW!**

Zündende Ideen für Ihr Online Marketing.



ARTGERECHT®

Agentur für Werbung, Design und Kommunikation

Goldstraße 16-18 · Bielefeld · 0521 932560
www.artgerecht.de

FRANZ KALDEWEI GMBH & CO. KG, AHLEN

Kaldewei Iconic Bathroom Solutions – Zukunftsgerichtet und wandlungsfähig

Seit 100 Jahren prägt Kaldewei mit seinen Badlösungen aus Stahl-Email den Stil moderner Bäder. Damit ist das Unternehmen aus Ahlen die „Marke des Jahrhunderts“, hat über 150 Auszeichnungen gewonnen und steht heute wie kein anderes Unternehmen der Branche mit seinen Iconic Bathroom Solutions für stilprägende Innovationen und unvergängliche Eleganz.



Das Geheimnis des Erfolges: Kaldewei setzte schon früh bei seinen Badewannen und später bei den Kaldewei Duschflächen und Waschtischen auf Design als einen zentralen Eckpfeiler seiner Unternehmensphilosophie. Neben der Entwicklung im eigenen Design Center arbeitet Kaldewei seit fast einem halben Jahrhundert auch mit renommierten Designbüros zusammen wie Sottsass Associati, Phoenix Design, Arik Levy, Anke Salomon und Studio Aisslinger. Für ein vielseitiges Sortiment, das sowohl in Material und Funktionalität als auch in der Formensprache die exklusiven Ansprüche von

Projektentscheidern und Bauherren erfüllt. „In unserer 100-jährigen Geschichte haben wir stets darauf geachtet, kurzlebigen Trends nicht nachzulaufen. Zusammen mit renommierten Designern entwickeln wir immer wieder neue Ideen für unsere Badlösungen, mit denen wir unsere Kunden begeistern und dem Markt frische Impulse geben wollen“, sagt Geschäftsführer Franz Kaldewei und ergänzt: „Mit dieser Philosophie gelingt uns seit 100 Jahren der Spagat zwischen stilprägender Innovation und unvergänglicher Eleganz klassischen Designs. Das macht uns stolz.“

Funktionalität und Design

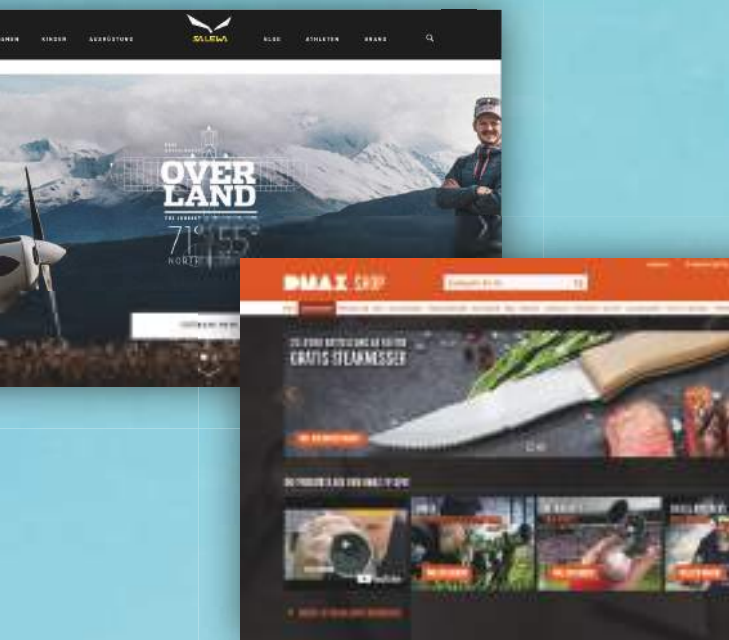
Von der meistverkauften Kaldewei Wanne überhaupt, der Stilkone Saniform, bis zur erfolgreichsten und mit über 20 nationalen und internationalen Designpreisen ausgezeichneten Produktfamilie Cono: Der Qualitätsanspruch und die große Leidenschaft in der Gestaltung des Designs spiegeln sich in jeder der über 600 Badlösungen von Kaldewei wider. „Bei unseren emaillierten Badlösungen setzen wir auf hochwertiges Design und außergewöhnliche Funktionalität, ohne das eine oder das andere aus den Augen zu verlieren“, sagt Franz Kaldewei. Über 150 Auszeichnungen unterstreichen die Designkompetenz des Premiumherstellers (u. a. red dot design award, plus X Award, Iconic Awards, Interior Innovation Award, IF product design award). „Für Designer und das gesamte Entwicklungsteam sind die Prämierungen Bestätigung und Ansporn zugleich, weiterhin unser Bestes für unsere Kunden zu geben“, betont Franz Kaldewei. „Designauszeichnungen geben ihnen Orientierung, Sicherheit und Vertrauen in die hohe Qualität unserer Badlösungen. Und damit das gute Gefühl, auch weiterhin mit Kaldewei auf den richtigen Partner zu setzen.“

www.kaldewei.de



Erreichen Sie 246.000 Menschen in Münster mit Ihrer Out of Home-Kampagne von WallDecaux. Mehr erfahren unter walldecaux.de/muenster

WallDecaux
Premium Out of Home



MARKEN VERTRAUEN SHOPWARE



www.shopware.com

MARKETING VON A BIS Z BAUPLANUNG

RAUMFABRIK MÜNSTER/OSNABRÜCK GMBH & CO. KG

Zuhören, planen, begeistern

Bauen mit der Raumfabrik soll vor allem eins: Freude machen. Veränderung inspiriert und sollte langfristig in positiver Erinnerung bleiben. Denn Bauzeit ist Lebenszeit. Deshalb tun die Raumfabrikanten alles, damit sich ihre Kunden auf das Projekt freuen.



Mit außergewöhnlichen Ideen, individueller Beratung, zuverlässiger Planung und pünktlicher Umsetzung begeistert das Team der Architekten und Innenarchitekten immer mehr Kunden.

Ob Neubau, Umbau, Renovierung, Sanierung oder Modernisierung: Die Kunden – egal ob gewerblich oder privat – erhalten die perfekte Lösung für ihr Projekt. Mit festem Ansprechpartner, festem Preis und festen Terminen. Darauf ist an allen Standorten – in Münster, Düsseldorf und auf Norderney – Verlass.

Jedes Projekt beginnt mit dem sorgsamem Zuhören: Was sind die Wünsche des Kunden, was seine (unausgesprochenen) Erwartungen an einen neuen Lebensraum? In der offenen Kommunikation mit allen Firmen, die diese Wünsche in die Tat umsetzen, setzt sich diese Grundhaltung fort. Und sie mündet schließlich in dem umfassenden Service-Versprechen, das auf Wunsch weit über die Realisierung hinaus gilt.

Handwerkliche Exzellenz bestimmt selbstverständlich den Alltag. Wer diese mit allen Sinnen erfahren möchte, ist herzlich eingeladen, den Showroom bei Engel&Völkers am Prinzipalmarkt in Münster zu besuchen. Gerne auch zu einem Koch-Event mit Münsters Wein-Päpstin Trixi Bannert und Chefkoch Jörg Meiner. Garantiert ein Abend der kulinarischen Spitzenklasse in einer Küche, die optisch und technisch nur das Beste bietet. Typisch Raumfabrik.

www.raumfabrik.de

ANDREAS KERNIG BUILDING CONSULTANT, MÜNSTER

Bauexperten am Werk

Bauprojektmanagement im Sportstätten- und Gewerbebau ist das Kerngeschäft von AK Building Consultant. Das Unternehmen aus Münster besteht seit 2003 aus einer eingespielten Mannschaft aus Ingenieuren, Architekten und Kaufleuten. Denn Bauprojektmanagement ist Teamarbeit.



Andreas Kernig, Inhaber

„Für uns bedeutet Projektmanagement, die Zielsetzungen unserer Auftraggeber wirtschaftlich, ökologisch und effizient umzusetzen. Wir sehen unsere Aufgabe darin, kurze Bauzeiten und qualitativ gute Bauausführung unter Einhaltung des gesetzten Kosten- und Terminrahmens zu realisieren“, skizziert Andreas Kernig die Unternehmensphilosophie. Und so bietet AK Building Consultant den Kunden die Umsetzung aller Leistungsphasen der Honorarordnung für Architekten- und Ingenieurleistungen (HOAI). „Und wenn es um die eigene Immobilie geht, erbringen wir die Ausführungsplanung, Vergabeleistungen und die Bauüberwachung“, so Andreas Kernig. Die projektbezogene individuelle Spezialisierung des Teams garantiert eine nachhaltige Zusammenarbeit. Ideenreichtum, Fachkompetenz und eine engagierte, ergebnisorientierte Kommunikation sind zudem Garant für eine erfolgreiche Projektumsetzung. Große Unternehmen der Fitnessbranche, wie zum Beispiel Fitness First, Crunch Fit und Fitseveneleven setzen seit Jahren auf die Expertise von AK Building Consultant.

www.akbc.de



Gesehen werden kann so viel einfacher sein!

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe mit uns – medienübergreifend.

Wenn Werbung wirken soll.

www.mso-medien.de

HLB DR. SCHUMACHER & PARTNER GMBH, MÜNSTER

Kompetenz verbindet

Die über 90 Jahre junge HLB Dr. Schumacher & Partner GmbH ist eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften im Münsterland. Aktuell betreuen und beraten rund 130 Mitarbeiter am Stammsitz Münster und an den Standorten Düsseldorf und Leipzig ihre Mandanten. Der ClubReport hat mit Dipl.-Betriebswirt Heiner Röttger gesprochen, der seit 2002 als Wirtschaftsprüfer und Steuerberater Partner der Kanzlei ist.

Herr Röttger, in einer Zeit, die zunehmend von Wandel und Wettbewerb geprägt ist, stehen Unternehmen fast täglich vor neuen Aufgaben. Welche sind derzeit die wichtigsten unternehmerischen Herausforderungen?

Zunächst einmal sind es die, die schon immer gegolten haben: Kundennähe und Produktqualität. Dann kommt es darauf an, in welcher Lebensphase sich der Unternehmer und sein Unternehmen befinden. Hier gibt es ganz unterschiedliche Herausforderungen. Um nur einige Stichworte zu nennen: Internationalisierung, Digitalisierung, Unternehmensnachfolge sowie die Suche nach qualifizierten Mitarbeitern. In diesem Jahr sind es z. B. die Datenschutz-Grundverordnung oder das Thema Tax-Compliance-Management-System. Der Dokumentationsaufwand von Prozessen rund um personenbezogene Daten bzw. steuerliche Risiken will bewältigt werden.

Wie können Sie Ihre Mandanten dabei unterstützen?

Wir haben unterschiedliche Spezialisten an Bord. Das reicht von Steuerberatern für



Diplom-Betriebswirt Paul Heinrich Fallenberg,
Rechtsanwalt Steuerrecht, Partner bei HLB Dr. Schumacher & Partner

internationales Steuerrecht und Rechtsanwälten für verschiedene Disziplinen bis hin zu Wirtschaftsprüfern, Unternehmensberatern oder auch EDV-Spezialisten. Ein fester Ansprechpartner auf Beraterseite sorgt dafür, dass alles für unsere Mandanten reibungslos funktioniert und ganzheitliche Konzepte entwickelt werden. Durch unsere Mitgliedschaft bei HLB International, einem weltweiten Netzwerk selbstständiger und unabhängiger Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, können wir unsere Mandanten auch beim Gang ins Ausland unterstützen sowie kompetente Auslandskollegen empfehlen. Dazu dient u. a. eine internationale Beratungsmesse mit 20 Kollegen aus 13 verschiedenen Ländern, die wir dieses Jahr im Juli das erste Mal veranstaltet haben.

Ihre Kanzlei wurde in letzter Zeit mehrfach ausgezeichnet. Was hat es damit auf sich?

Dieses Jahr haben wir bereits zwei Auszeichnungen erhalten, über die wir uns sehr freuen. Vom Handelsblatt sind wir als eine der TOP-Steuerberatungskanzleien Deutschlands ausgezeichnet worden. Zudem sind wir bereits zum vierten Mal hintereinander als Top-Steuerkanzlei auf der bundesweiten Bestenliste des Magazins Focus-Spezial gelistet. Wie bereits 2017 erreichten wir dies in vier Bereichen: Durchsetzung gegenüber Finanzämtern/Verwaltungsvollstreckung, Umwandlungen und M&A, Steuerrechtliche Beratung/Steuerstrafrecht sowie Wirtschaftsprüfung.

www.schumacher-partner.de

50 Jahre

Wir gratulieren dem Marketing-Club
Münster/Osnabrück herzlich!

Chrono retare

Bewahre deine Schönheit



Anti-Aging-Serum

Mit Ectoin und Olivenblattextrakt

- regeneriert reife Haut ab 45 Jahren
- mindert vorzeitige Hautalterung
- mit zellschützender Wirkung
- lässt die Haut praller und glatter erscheinen

Anti-Aging-Augenpflege

Mit Koffein und Hyaluronsäure

- abschwellend bei Augenringen und Tränensäcken
- regenerierend und hautstraffend
- reduziert Trockenheitsfältchen
- erhält die Spannkraft der Augenlider

**Die System-Pflege
für reife Haut**

**Nur
in Ihrer
Apotheke**

DERMASENCE
MEDIZINISCHE HAUTPFLEGE

P&M Cosmetics GmbH & Co. KG | D-48155 Münster
www.dermasence.de

VIDERO AG, GRONAU

Einzigartige Shopping-Erlebnisse erschaffen

Die Zukunft des Einkaufens ist digital – allerdings nicht im Internet, sondern in der Fußgängerzone. Der Softwarespezialist Videro AG mit Sitz in Gronau verbindet in der Kundenkommunikation interaktive Multitouch-Technologie mit den Kernkompetenzen des stationären Handels zu einem Shopping-Erlebnis, das alle Sinne anspricht.



Foto: VideroAG / FULLHAUS

Einfach mit einer Wischbewegung Infos von einem Tablet auf einen Wandmonitor „swooshen“.

„Die Beziehung zwischen stationärem Handel und Online-Welt treibt uns seit langem um,“ sagt Johannes Büld, Vorstandsvorsitzender der Videro AG. Seit über 20 Jahren entwickelt das Unternehmen Softwarelösungen für interaktive Medien mit dem Schwerpunkt, Ladengeschäfte wieder attraktiver zu gestalten und mit Hilfe digitaler Verkaufskonzepte echte Kundenerlebnisse zu schaffen. Diese Konzepte verknüpfen die Vorteile des Internets mit der persönlichen Beratung und der Haptik eines real existierenden Geschäfts, also Information und Aktualität mit emotionaler Ansprache.

Ein Beispiel: Die englische Möbelfirma dfs war auf der Suche nach einer innovativen Lösung, um ihre Geschäfte attraktiver zu gestalten. Gemeinsam mit Videro wurde ein Konzept entwickelt, das die eigene On-

linewelt im Laden verfügbar machen sollte: Jeder Berater bekam ein Tablet in die Hand – mit interaktivem Zugriff auf die Daten des Online-Shops. Damit kann der Berater dem Kunden schnell alle gewünschten Informationen zusammenstellen und die Möbelstücke mit einer Wischbewegung auf Großbildschirmen direkt und eindrucksvoll präsentieren.

„So entsteht eine Verbindung aus persönlicher Beratung, Fachkompetenz und Erlebnis-Shopping“, erklärt Johannes Büld. Deutlich wird dies auch am Beispiel Disney, deren Flagshipstores seit mittlerweile fast 10 Jahren ebenfalls die Videro-Software nutzen. „In den Stores gibt es täglich eine Märchenstunde, die der Verkäufer per iPad startet. Das Licht wird gedimmt, der Sternenhimmel leuchtet, es riecht nach Moos ...“, beschreibt Johannes Büld die

besondere Atmosphäre. Kinder können sich im Magic Mirror betrachten, der sie virtuell in die entsprechende Märchenwelt versetzt. Diese neue Technologie hatte einen hohen Einfluss auf den Umsatz. Und auch bei den Verkäufern sei die Begeisterung spürbar, sagt Büld. „Wir verbinden hier die physische und die virtuelle Welt zu einem einzigartigen Erlebnis.“

Einen weiteren positiven Aspekt hat diese Form des Verkaufens: Sie spart Platz. Mit Videro können Händler ein größeres Sortiment auf kleinerer Fläche präsentieren. In Zeiten, in denen Verkaufsflächen immer teurer werden, ist dies ein wichtiges Argument für den Einsatz digitaler Lösungen.

www.videro.de

GRÄFE DRUCKVEREDELUNG GMBH, BIELEFELD

Veredelung auf Rezept?

Ein Kabeljau gart in einem Eisblock von minus 18 Grad, ohne dass das Eis schmilzt. Unvorstellbar? Der revolutionäre Dialog-Garer von Miele, der dieses ermöglicht, ist seit April 2018 im Handel. Eine täuschend reale Vorstellung des eisgegartenen Fisches verschafft der Umschlag der exquisiten Begleitbroschüre.



Frank und Christian Denninghoff, Geschäftsführer



„Außergewöhnliche Produkte stellen auch besondere Ansprüche an die Veredelung“, meint dazu Frank Denninghoff, Geschäftsführer des Familienunternehmens Gräfe Druckveredelung aus Bielefeld. Er lobt dabei die gute Zusammenarbeit mit der Werbeabteilung und der Kreativ-Agentur von Miele: „Man hat uns schon einen Rohdiamanten vorgelegt. Wir haben nur geholfen, ihn zu schleifen.“

Ein Schliff mit vielen Facetten und intensiver Beratung: Fast alle Verfahren wurden gemeinsam mit dem Kunden getestet, ihre Wirksamkeit geprüft, das Veredelungskonzept des Umschlags auf den gesamten Innenteil übertragen. Ergebnis: ein schillernder Kabeljau „on Ice“ durch Kaltfolie Silber mit Inline-Überdruckung, Spezialmattfolienkaschierung und Spot-Lack auf dem Umschlag und eine erlesene

Innengestaltung mittels Gold-Prägefoliendruck, weißem Siebdruck auf halbttransparentem Papier und figürlicher Stanzung. Für Frank und Christian Denninghoff, die das Unternehmen gemeinsam leiten, ist jedes Projekt eine individuelle Herausforderung: „Wir lieben die Vielfalt der Aufgaben“, bestätigen sie einhellig, „und behandeln jedes Projekt als Solitär.“

Sechs aktuelle Beispiele hat Gräfe für den „Druck&Medien Award“ in Berlin, der bedeutendsten Preisverleihung der Branche, präsentiert. Hierfür sind sie wieder für eine Auszeichnung in der Kategorie „Veredeler des Jahres“ für 2018 nominiert und demonstrieren damit eindrücklich das technische und kreative Potenzial des Unternehmens.

Das Motto „Weniger ist mehr“ gilt für die Denninghoffs nicht nur im kreativen

Prozess, sondern auch bei Unternehmensentscheidungen. Seit 2008 verzichtet man ganz auf den klassischen Druck und konzentriert sich auf die Veredelung. „Damit haben wir mehr Zeit für die konzeptionelle Begleitung der Kundenprojekte“, betont Frank Denninghoff. Das Unternehmen hat in den vergangenen Jahren immer wieder seine Innovationsfreude bewiesen, war Pionier beim Prägefoliendruck, beim Kaltfolientransfer und jetzt aktuell beim Digital-Metal-Verfahren. Das erfordert Investitionen, deren Erfolge nicht unbedingt voraussehbar sind. „Wir bieten Anregungen“, erklärt Christian Denninghoff, „alles andere geht vom Kunden aus. Wir unterstützen ihn dabei, seine individuellen Ideen umzusetzen. Veredelung auf Rezept gibt es nicht.“

www.graefe-druckveredelung.de

MARIO ENGBERS GASTRONOMIE &
SERVICE GMBH, MÜNSTER

Speicher 10 – historisch und hip



Historisch und modern – ein Widerspruch? Nicht für den Speicher 10 in Münster. Die ehemalige Großbäckerei bietet für jedes Event das passende Ambiente. Von Tagungen und Konferenzen über Firmen- und Privatveranstaltungen bis hin zu Messen – in den drei Räumen der Location können die Betreiber den vielfältigen Veranstaltungen ein ganz besonderes Gesicht geben.

Speziell für Tagungen und Seminare bietet der Speicher 10 ein ganz besonderes Ambiente. „In jedem Hotel gibt es Tagungsräume und -säle, aber die sind meist eher puristisch und zweckerfüllend“, so Mario Engbers, Geschäftsführer im Speicher 10. „Bei uns hat man ein einzigartiges Ambiente und im Anschluss an die Veranstaltung eine Geschichte zu erzählen.“

Bis zu 400 Personen können in die besondere historische Event-Atmosphäre der Räumlichkeiten eintauchen. So findet z. B. Europas größte Imkermesse seit Gründung der Location dort statt. Ein großes Außengelände wird dabei als zusätzliche Fläche genutzt. Ergänzt wird die gute Infrastruktur durch 800 kostenfreie Parkplätze. „Wir stellen uns individuell auf unsere Kunden ein und sind bei allen Wünschen direkt vor Ort. So ist auch für das leibliche Wohl bei der Arbeit gesorgt“, ergänzt Mario Engbers.

Von der lichtdurchfluteten historischen Backhalle, in der noch Großbacköfen zu finden sind, über die Via Pane mit ihrem Industriecharme bis zum modernen Atrium – Speicher 10 gibt jedem Event den richtigen Rahmen.

www.speicher10.de

BEUMER GROUP GMBH & CO. KG, BECKUM

Transformation ist unausweichlich



Die neue BEUMER App ermöglicht es Anwendern, über ihre mobilen Endgeräte, den aktuellen Status der an ihr System angeschlossenen Anlagen im Blick zu behalten.

Die Logistik wird vom digitalen Transformationsprozess besonders stark beeinflusst. Denn er bringt erhebliche Kosten-, Transparenz- und Geschwindigkeitsvorteile. Ein Treiber ist der zunehmende Online-Handel. Mit der fortschreitenden Entwicklung der Warenströme im Zuge des E-Commerce und der damit verbundenen Retouren-Thematik steigt auch der Grad der Vernetzung, Automatisierung und Systemintegration.

Als Systemanbieter liefert die Beumer Group Hochgeschwindigkeits-Sortieranlagen. Um die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, werden diese permanent verbessert, damit Kunden ihre Kosten senken und Prozesse optimieren können. Doch im Zeitalter der digitalen Transformation ist es auch wichtig, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Es geht also nicht nur darum, Bestehendes zu optimieren – sondern Neues zu schaffen.

Der Fortschritt ist nicht mehr aufzuhalten. Die Frage ist: Wer treibt ihn an? Denn auch in der Intralogistik heißen die Wettbewerber bald Apple, Google und Facebook. Als Familienunternehmen trägt die Beumer Group Verantwortung für ihre Mitarbeiter und Kunden. Deshalb reagiert der Systemanbieter auf diese massiven Veränderungen mit der Gründung eigener Start-ups. Diese entwickeln minimal ausgestattete Prototypen, deren Marktpotenzial bis zur Marktreife geprüft wird.

www.beumergroup.com

L&S GMBH & CO. KG, HÖRSTEL-RIESENBECK

LIVE & SICHER

Wer eine Firmenveranstaltung plant, ist bei L&S an der richtigen Adresse. Seit 25 Jahren ist der Technikdienstleister mit hohem Kreativpotenzial zur Stelle, wenn es um fundiertes Know-how in Sachen Events geht.

„Wir begleiten und unterstützen unsere Kunden professionell vom ersten Kontaktgespräch bis zum Projektabschluss“, erläutert Geschäftsführer Tobias Berghaus die Vorgehensweise. „Nach einem ersten Informationsgespräch gehen wir in die Vorplanung und lassen sämtliche Ideen, Anhaltspunkte, fachliche und rechtliche Aspekte mit einfließen. Folgend erhalten unsere Kunden fotorealistische Entwürfe, damit sie sich einen umfassenden Eindruck von ihrem kommenden Event machen können.“

Selbstverständlich gehört eine gute Portion Kreativität zu der Arbeit der Veranstaltungsspezialisten. Das L&S-Team besteht aus erfahrenen und engagierten Fachkräften und Meistern der Veranstaltungstechnik, Innenarchitekten, Bauingenieuren, Marketingexperten und Eventmanagern, die für einen reibungslosen Ablauf des Events sorgen. „Wir geben kreative Impulse und entwickeln zielorientierte Lösungen. Wir unterstützen unsere Kunden, verwirklichen ihr Konzept, prüfen Machbarkeiten und setzen es gerne auch als Generalunternehmer



um“, so Tobias Berghaus, für den Termin- und Budgettreue bei erstklassiger Qualität eine Selbstverständlichkeit sind. „Am Ende zählt, dass der Kunde zufrieden ist.“

www.ls-vision.de

Executive Search & Professional Recruitment

www.mercuriurval.com

Gerburgis A. Niehaus
gerburgis.niehaus@mercuriurval.com

It's All About People

50 YEARS

Mercuri Urval

ORTMEIER MEDIEN GRUPPE, SAERBECK

Druck als Innovationsmotor

Ist von innovativen Medien die Rede, so denken die meisten Menschen wahrscheinlich automatisch an digitale Kanäle. Dass es aber gerade in den klassischen, gedruckten Medien vielfältige Möglichkeiten gibt, echte Innovationen zu entwickeln und zur Marktreife zu bringen, das beweist die Ortmeier Gruppe erneut eindrucksvoll.



Michael Wietkamp im neuen Digitaldruck-Zentrum der Ortmeier Medien Gruppe

Denn bereits zum zweiten Mal wurde das Unternehmen aus Saerbeck von Ranga Yogeshwar und Prof. Dr. Nikolaus Franke mit dem TOP 100-Siegel ausgezeichnet und gehört zu den Innovationsführern des deutschen Mittelstands.

Zu den Kunden des TOP 100-Innovators zählen Mittelständler genauso wie international agierende Konzerne. „Wir drucken für unsere Kunden die gesamte Produktpalette. Im Offset- und Digitaldruck haben wir mit einer leistungsstarken Weiterverarbeitung in der Konfektionierung von Werbemitteln und der Versendung von Mailings weiter ausgebaut. So sind wir heute in der Lage, Auflagen von bis zu 10.000.000 Exemplaren inklusive Beilagen flexibel nach Kundenanforderung zu produzieren und zu versenden“, erklärt Geschäftsführer Michael Wietkamp. Die geografische Nähe zum Logistik-Hub der DHL – wie auch der intelligente Einsatz indi-

vidueller Softwarelösungen – ermöglicht es, die Produktionszeit der einzelnen Projekte auf ein Minimum zu reduzieren. Innovative Lösungen entstehen bei Ortmeier nicht zufällig, sondern in direkter Zusammenarbeit mit dem Kunden. „Die Prozesse übertragen wir auf eine Software, die wir selbst im Haus entwickeln und programmieren. So werden sämtliche Vorgänge zentral koordiniert. Die Anwender müssen nur noch einen Befehl eingeben“, so der Unternehmer weiter.

Industrie 5.0: die Rückkehr des Menschen in die Produktion

Wenn man bei Ortmeier durch die Hallen 3 und 4 geht, wird zudem ein weiterer Unterschied zu vielen anderen Unternehmen deutlich: Man trifft noch echte Menschen. Mit der Digitalisierung und den damit verbundenen Anpassungen der Geschäfts-

und Produktionsprozesse hat Ortmeier schon vor vielen Jahren die nötigen Schritte eingeleitet. Der Neubau vor einigen Jahren war aus der Sicht von Michael Wietkamp die logische Konsequenz, um die Möglichkeiten voll auszuschöpfen. Unter dem Arbeitstitel Industrie 5.0 liegt der Fokus des Unternehmens auf der intelligenten Verbindung von digitalen Technologien und dem bewussten Bekenntnis zum Faktor Mensch. „Unsere hausinterne Konfektionierung ist in den letzten Jahren zu einem echten Wettbewerbsvorteil herangereift. Mailings oder POS-Aktionen sind heute so individuell und aufwendig zusammenzustellen – das wird auch über Jahrzehnte hinweg kein Roboter dieser Welt wirtschaftlich lösen können“, so Wietkamp mit Blick auf die Zukunft.

www.ortmeier.de

HUSARE GMBH, EMSDETTEN

Deutscher Preis für Onlinekommunikation

Content King statt Burger King

Die Kommunikationsagentur husare wurde jüngst mit dem Deutschen Preis für Onlinekommunikation ausgezeichnet. Sie zeigt, wie sich strategisches Content Marketing für Unternehmen auszahlt, wenn es konsequent auf die Zielgruppe ausgerichtet ist. Wie bei der preisgekrönten Kampagne „DAF Bockstark – das Trucker Workout“.

„Content Marketing gehört zum zentralen Agenturportfolio von husare. Unsere Mission bei ‚DAF Bockstark – das Trucker Workout‘ lautete: Entwickeln wir DAF zur absoluten Fahrermarke, indem wir Lkw-Fahrern markenübergreifenden Content mit Mehrwert bieten“, sagt Mark Bourichter, Head of Digital und Mitglied der Geschäftsleitung bei husare.

Auch Speditionen und Transportunternehmen klagen über den Fachkräftemangel. Gute Fahrer sind begehrt und können zunehmend mit über „ihren“ Lkw entscheiden. Sie sind somit ein wesentlicher Hebel im Kaufprozess, auch für DAF Trucks Deutschland, und damit Kernzielgruppe für den Content von „DAF Bockstark – das Trucker Workout“ zur Verbesserung ihrer Lebensqualität.

Lkw-Fahrer leiden oft unter berufsbedingten Beschwerden wie Rückenschmerzen und Müdigkeit. Hinzu kommt die oft einseitige Ernährung, bei der auf dem Rastplatz zu schnell zu Fast Food von Burger King und Co. gegriffen wird. Körperliche Fitness und gesunde Ernährung waren somit zwei wesentliche Elemente für die Content-Marketing-Kampagne.

Hierzu hat husare als zentrale Plattform die Website www.trucker-workout.com eingerichtet. Dort finden Lkw-Fahrer kostenlose Informationen, um ihre Fitness zu steigern und gesunde Ernährung in den Alltag zu



integrieren. Personal-Trainer Marc Rohde hatte vorab über 20 Übungen und Videos für Workouts auf dem Rastplatz entwickelt. Hinzu kommen Ernährungstipps und gesunde, einfache Rezepte für die Pause ‚auf dem Bock‘. „Wir sprechen die Fahrer ganz bewusst nicht mit Hochglanz-Videos und einem erhobenen Zeigefinger an, sondern mit einer authentischen Kampagne auf Augenhöhe, die wir mit der Zielgruppe zusammen entwickelt haben“, so Bourichter.

Über 120.000 Video- und 30.000 Seitenaufrufe zeigen den Erfolg der Kampagne, die zudem mit über 20.000 Interaktionen auf Facebook, Instagram und YouTube Gesprächsthema im Web ist. Relevante Fachmedien griffen das Thema auf – PR

und Content Marketing gingen Hand in Hand und sorgten für eine Reichweite in Fachmagazinen von über 750.000. Die Wahrnehmung von DAF Deutschland als Unternehmen, das sich gesellschaftlichen Themen annimmt, wurde positiv verstärkt. Die Auszeichnung mit dem Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2018 in der Kategorie „Kampagne von Unternehmen“ war der Ritterschlag für „DAF Bockstark – das Trucker Workout“ und belegt die Relevanz von Content Marketing als elementaren Baustein in der Kommunikationsstrategie sowie die Kompetenz von husare im Bereich der digitalen Markenführung.

www.husare.de

LAUDERT GMBH & CO. KG, VREDEN

Leidenschaft für Produkt- und Markenkommunikation

Groß, aber familiär; international und doch bodenständig; innovativ, kreativ und digital – ganz ohne Allüren und Bullshit-Bingo ... Im Home of Media sind 450 Medienmacher mit Leidenschaft für die Produkt- und Markenkommunikation fast rund um die Uhr im Einsatz.



Laudert besetzt eine Nische, die im Kern kaum jemand außerhalb der Marketingbranche kennt – und doch kommen viele fast täglich mit den Ergebnissen des Portfolios in Berührung. Damit Verantwortliche in Marketing und Werbung die Produkt- und Markenkommunikation schneller, flexibler und günstiger gestalten können, setzt Laudert Kommunikationsstrategien mit viel Herzblut im Home of Media um. Dazu bündelt der europaweit gefragte Dienstleister seine Expertise aus Kreation, Fotografie, Medienproduktion, Medien-IT und Digitaldruck. Laudert stellt Bild- und Textinhalte effizient und in optimierter Qualität medienneutral her und schafft die Infrastruktur, diese Inhalte flexibel in den diversen Kommunikationskanälen einzusetzen. Diese Prozess- und Workflow-Expertise macht Laudert zu einem der Marktführer für effiziente Content-Produktionen in Europa. Mit der neuen Kreativ-Unit LOFT bündelt

der Dienstleister, koordiniert durch seine Art Direktoren, die Expertise aus den verschiedensten Bereichen des Home of Media. Die Kurations-Kompetenz des LOFT erweitert das Laudert-Portfolio seit Ende 2017 und macht es zu einem der umfangreichsten am Markt. So entstehen nicht nur Produktbilder, Teaser, Kataloge, Mailings und POS-Medien aus einem Guss, auch darauf abgestimmte Vorlagen zur individualisierten und/oder automatisierten Aussteuerung von Print- und Onlinemedien werden zur Verfügung gestellt.

Herz des Unternehmens ist mit mehr als 300 Mitarbeitern der Hauptsitz in Vreden, im westlichen Münsterland. Zwei unabhängige Glasfaseranbindungen sorgen für die leistungsstarke internationale Vernetzung. Wichtig ist diese Anbindung nicht nur für Kunden, für die das 80-köpfige Medien-IT-Team Printausleitungen, Web2Print-Anwendungen sowie Systeme

für Produktinformations- und Media-Asset-Management programmiert, implementiert und hostet, sondern auch für den Datenaustausch mit den Laudert-Standorten in Hamburg und Stuttgart sowie den asiatischen Laudert-Teams in Bangkok und Ho-Chi-Minh-Stadt. Letztere helfen, die Arbeitsplätze am Standort Deutschland zu sichern und weiter auszubauen. Denn dank der Zeitverschiebung wird bei Laudert fast rund um die Uhr Produkt- und Markenkommunikation umgesetzt. Der erste Schritt dazu sind immer öfter Fotoshootings in den 100 Mitarbeiter starken Studios. Die Lage auf der grünen Wiese überrascht dabei auch manches international arbeitende Model, das zum Shooting nach Vreden anreist und dort zum ersten Mal echte Kühe sieht.

www.Laudert.com

MEDIENHAUS LUC GMBH, SELM UND GREVEN

LUC – Druck weiter gedacht

Das Medienhaus Lonnemann in Selm und das Druckhaus Cramer in Greven sind LUC. Gemeinsam vereinen sie zwei Traditionsunternehmen mit über 200 Jahren an Erfahrungen, Teamgeist und Hingabe zu einem Medienhaus und blicken einer erfolgversprechenden Zukunft entgegen.



Shutterstock.com, gerasimov_foto_174

Traditionen bewahren und trotzdem neue Wege beschreiten. Das ist der Grundgedanke. Mit der Übernahme des Druckhauses Cramer aus Greven im Oktober 2014 durch die Druckerei Lonnemann in Selm wurde aus zwei getrennt am Markt agierenden Druckunternehmen ein modernes Medienhaus. „Nach mehr als dreijähriger Zusammenarbeit beider Häuser haben wir uns entschlossen, zukünftig als ein gemeinsames Medienhaus aufzutreten“, erklärt Geschäftsführer Hubert Lonnemann. „Die Nutzung der Synergiepotenziale machte die Zusammenführung beider Firmen sinnvoll.“

Der Eintrag ins Handelsregister zum 1. Januar 2018 markierte den offiziellen Startschuss. Die neue Firmenbezeichnung LUC GmbH, die Anfangsbuchstaben der Firmennamen Lonnemann und Cramer ist ein markantes Zeichen für alle Mitarbeiter und Kunden. Für die Zukunft bietet dieser

Zusammenschluss hervorragende Voraussetzungen für weiteres Wachstum und den Ausbau des Dienstleistungsangebotes. Die Vorteile dieser Fusion liegen klar auf der Hand: Durch Bündelung der Unternehmenskulturen und -stärken verbessert sich die Leistungsfähigkeit und somit die Position am Markt.

Das Produktportfolio wird optimiert und die Kompetenzen gebündelt. „Unsere Mitarbeiter sind unser wichtigstes Gut. Nur gemeinsam können wir unser Ziel, weiteres Wachstum und Bestand am Markt, erreichen“, betont der engagierte Geschäftsführer. „Unser Teamgeist ist in jeder Phase der Zusammenarbeit spürbar. An unseren beiden Standorten in Selm und Greven erschaffen wir nun auf über 8.600 Quadratmetern und mit 126 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Eindrucksvolles in kleinen und großen Auflagen. Alles, was wir tun, tun wir mit Hingabe.“



Geschäftsführer Hubert Lonnemann

Foto: teamfoto MARQUARDT

Und dazu kommt der Mut, Gewohntes in Frage zu stellen und neue Wege zu gehen. Vor allem das unverrückbare Verständnis gegenüber höchster Qualität, dem Anspruch an täglicher Inspiration und Innovation kombiniert mit der heutigen Leistungskraft macht LUC aus. Zwei Standorte, zwei Geschichten – und nun ein Unternehmen! Als Vorreiter der Branche und Komplettanbieter für Druck und Medien lautet das Leitmotiv „Druck weiter gedacht“, denn das Medium Print ist das Herzstück und im Druck liegen die handwerklichen Wurzeln – darauf baut sich alles auf, aber mittlerweile ist es so viel mehr als das – und das stellt das Team jeden Tag für seine Kunden unter Beweis.

www.luc-medienhaus.de

AIRPORTPARK FMO GMBH, GREVEN

Das Dienstleistungs-, Gewerbe- und Logistikzentrum im Münsterland

Im Dreieck der Großstädte Münster, Osnabrück und Enschede (NL) entsteht ein attraktives Dienstleistungs-, Gewerbe- und Logistikzentrum – direkt am Flughafen Münster/Osnabrück (FMO). Der AirportPark FMO erfüllt höchste Ansprüche und stellt im Münsterland das optimale Gewerbeflächenangebot für global ausgerichtete Unternehmen dar.



Neues Werk von Schumacher Packaging nach Fertigstellung des zweiten Bauabschnitts

Der AirportPark FMO überzeugt vor allem Wachstumsbranchen. Angesiedelt haben sich u. a. der fränkische Verpackungshersteller Schumacher Packaging mit einem neuen Werk für die Expansion nach Nordwesteuropa, der Paketexpress-Dienstleister Regio-Logistik, die IT-Firma Dream Tec sowie eine ADAC-Luftrettungsstation mit einem Hubschrauber-Landeplatz. In 2019 kommen u. a. Hermes mit einem neuen Paketexpress-Zentrum und der Mercedes-Benz-Autohändler Beresa mit einem modernen Fahrzeug- und Logistikzentrum hinzu.

Die Unternehmen im AirportPark FMO sind optimal vernetzt über beste Autobahn- und internationale Flugverbindungen. Sie profitieren insgesamt von besonderen Standortvorzügen:

- Innovativer Dienstleistungs-, Gewerbe- und Logistikpark
- Attraktive Adresse am Flughafen Münster/Osnabrück (FMO)
- Direkter Anschluss an die A1 Hamburg-Köln
- 24/7-Betrieb, Nachtflug
- 60 Hektar voll erschlossen, über 200 Hektar in Planung
- Flexible und effiziente Zuschnitte
- Langfristige Reservierungsoptionen zur Expansion
- Lukrativer Energiemix, u. a. Biomasseheizkraftwerk (Fernwärme)
- Modernste Breitbandversorgung
- LED-Straßenbeleuchtung
- Kosten sparende Regenwasserversickerung

www.airportparkfmo.de



Foto: Jörg Rausmann, Altenberge; graphische Bearbeitung: AirportPark FMO GmbH



LUC[®]

Druck weiter gedacht

MUT

Was uns wichtig ist

Was auch immer Ihr Herz für Printmedien höher schlagen lässt, bei uns sind Sie genau richtig! Wir haben Mut, Gewohntes in Frage zu stellen und neue Wege zu gehen. Vordenker und Ideenpartner – das ist LUC.

LUC GmbH

Ludgerstraße 13, 59379 Selm, T 02592 927-0
Hansaring 118, 48268 Greven, T 02571 9385-0
kontakt@luc-medienhaus.de

WALLDECAUX GMBH, MÜNSTER

Reichweitenstark und punktgenau

Per Plakat zum Stadtgespräch

Die Wurzeln der Außenwerbung reichen lang zurück. Doch spätestens als Ernst Litfaß 1879 in Berlin die erste Plakatsäule aufstellte, die heutige „Litfaßsäule“, nahm Plakatwerbung in Deutschland eine strukturelle Form an. Im Jahr 2018, und damit im Zeitalter der Digitalisierung, ist die Litfaßsäule weiter existent, auch in Münster.

Sie ist bis heute ein erfolgreiches Werbeformat, insbesondere für die Kulturwerbung. Gleichwohl: Die Außenwerbung hat seit der Ära eines Herrn Litfaß eine umfassende Transformation erlebt. Die Out-of-Home-Medien (OOH) verzeichnen eine stetige und signifikant steigende Nachfrage. Ihr Marktanteil an den Gesamtwerbeausgaben in Deutschland erhöhte sich von unter 3 % in 2010 auf fast 7 % in 2017, Tendenz weiter steigend. Was sind die Erfolgsfaktoren?

Die hohe Reichweite von OOH ist in der zunehmend segmentierten Medienlandschaft zu ihrem echten Alleinstellungsmerkmal geworden. Dabei profitiert OOH von den drei globalen Megatrends Mobilität, Urbanisierung und Digitalisierung. Die Menschen sind heute mehr in Bewegung und außerhalb ihrer eigenen vier Wände unterwegs. Allein in Münster sind rund 80 % der Einwohner täglich mobil und damit umso häufiger mit OOH-Medien in Kontakt. Gleichzeitig genießt das Plakat hohe Akzeptanz, es gehört zum modernen Stadtbild einfach dazu. Durch die sich stets weiter verbreitende Nutzung mobiler Endgeräte reagieren Menschen zudem direkter und spontaner auf die Inspiration, die Plakatwerbung, zum Beispiel als City Light Poster am Münsteraner Prinzipalmarkt, ihnen gibt: Sie recherchieren, kaufen oder nehmen Kontakt auf. Doch Out of Home ist dabei nicht nur reichweitenstark, sondern arbeitet ebenso punktgenau.



So können heute durch die intelligente Nutzung mobiler und standortbezogener Daten Werbebotschaften nach individuellen Zielgruppendefinitionen ausgesteuert und so noch wirksamer werden. WallDecaux Premium Out of Home, Unternehmensbereich der Wall GmbH, ist seit 2009 exklusiver Vermarkter von Außenwerbeflächen auf öffentlichem Grund in Münster. City Light Medien in Premiumqualität sind die Kernkompetenz von WallDecaux, doch auch der klassische Plakatschlag und Transportmittelwerbung auf Bussen gehören zum Portfolio. Was macht Münster so attraktiv für eine

erfolgreiche OOH-Kampagne? „Münster gilt als die Studentenstadt schlechthin, es gibt eine große, junge und aufgeschlossene Zielgruppe vor Ort. Gleichzeitig hat Münster eine überaus attraktive Innenstadt und ein hohes Pro-Kopf-Einkommen“, sagt Melanie Braasch, Sales Manager für Münster bei WallDecaux. „Viele Einwohner des Umlandes sind hier beruflich beschäftigt. Und mit rund 1,36 Millionen Übernachtungen pro Jahr kommen zudem viele in- und ausländische Gäste in die Stadt. Kurzum: ein sehr attraktives Werbeumfeld!“

www.walldecaux.de

GN HEARING GMBH, MÜNSTER

Neue Maßstäbe in der Hörakustik

Um Hörgeschädigten zu mehr Lebensfreude zu verhelfen, bietet die GN Hearing GmbH, die zur weltweit agierenden GN-Gruppe gehört, innovative Hörgeräte an, die audiologische Maßstäbe setzen.

Dem aus Dänemark stammenden Unternehmen, dessen Deutschland-Zentrale in Münster beheimatet ist, ist es enorm wichtig, die Forschung und Entwicklung mit lebensqualitätssteigernden Innovationen voranzutreiben. Ein Aushängeschild ist das gerade vorgestellte ReSound LiNX Quattro. Mit diesem unauffälligen Gerät profitieren Menschen mit Hörbeeinträchtigung von der smarten Technik, die vom Hörakustiker individuell angepasst wird. „Ein weiterer

Vorteil ist die drahtlose Konnektivität mit dem Smartphone. „So können Klangverbesserungsfunktionen bequem genutzt werden“, erklärt Dieter Fricke, Direktor Audiologie und Produkt-Management. „Um den Hörakustikern ein verlässlicher Partner zu sein, bieten wir innovative Trainings an, damit diese den Endnutzer kompetent beraten können“, erklärt Marina Teigeler, Direktorin Marketing & PR. „Außerdem stellen wir unseren Kunden umfang-



Foto: Andreas Hoffmannbeck

Marina Teigeler, Direktorin Marketing & PR,
GN Hearing GmbH

reiche Werbemittel und Marketing-Tools zur Verfügung, sodass die Hörakustiker in ihren Fachgeschäften beispielsweise personalisierte Filme zeigen oder ihre Schaufenster aufmerksamkeitsstark gestalten können.“

www.resound.com



FIRMEN



EVENT

Veranstaltung

Schlüsselfertig abgeliefert.

Messe

Full-Service oder Einzelgewerk.

Bühne

Flexibilität auf Lager.

Verlässlich

Strukturiert auf den Punkt.

Anspruchsvoll

Ein bisschen mehr geht immer.

Erfahren

Wir lösen jedes Problem.

Im Lerchengrund 34
48477 Hörstel – Riesenbeck

Tel. +49 (0) 5454 / 90 46-0
Fax +49 (0) 5454 / 90 46-20

info@ls-vision.de
www.ls-vision.de

MERCURI URVAL, HAMBURG

It's all about People

Wie können wir sicherstellen, dass wir die richtigen Leute haben, um die bestmöglichen Ergebnisse zu liefern? Um diese Frage zu beantworten ist Mercuri Urval vor mehr als 50 Jahren in Schweden gegründet worden. Heute ist Mercuri Urval ein führendes internationales Beratungsunternehmen für Executive Search, Professional Recruitment und Talent & Leadership Advisory.

Die skandinavisch geprägte Unternehmenskultur stellt den Menschen in den Mittelpunkt. Das gilt sowohl für den Umgang innerhalb der Teams und deren länderübergreifende Zusammenarbeit als auch für das Verhältnis zu den Kunden. Dieser wertschätzende Umgang ist eines der Erfolgsrezepte des Unternehmens. Durch die professionelle Besetzung der Schlüsselpositionen trägt Mercuri Urval nachhaltig dazu bei, die Ergebnisse der

Auftraggeber zu verbessern. Je höher die zu besetzende Position im Unternehmen angesiedelt ist, desto größer sind auch die Auswirkungen auf die Ergebnisse des Unternehmens. Wird eine Fehlentscheidung getroffen, kostet das viel Geld, je nach Position zwischen ein bis drei Jahresgehältern. Wichtige Personalentscheidungen intern wie extern professionell abzusichern ist daher das wichtigste Anliegen von Mercuri Urval und ein Erfolgsfaktor für die



Gerburgis A. Niehaus
Consultant Mercuri Urval GmbH

Zusammenarbeit. Regelmäßige Kundenbefragungen bestätigen, dass neun von zehn Auftraggebern sehr zufrieden sind und Mercuri Urval weiterempfehlen.

www.mercuriurval.com

SPEICHER 10

T A G E N & F E I E R N



Im Speicher 10 verbindet sich historischer Charme mit modernem Ambiente und technischer Perfektion. Egal, ob Firmenjubiläum, Tagung, Kongress, Nischenmesse oder private Feier – für Ihr Event finden Sie hier die passende Location. Wir beraten Sie gern!

SPEICHER 10 – An den Speichern 10 – 48157 Münster
T 0251 41706-0 – info@speicher10.de – www.speicher10.de

GOERLICH CONSULT GMBH & CO. KG, MÜNSTER

Ausgezeichnete Ergebnisse

Wer herausragende Kandidaten für sein Unternehmen sucht, ist bei Goerlich Consult genau richtig. Dass es sich lohnt, den erfahrenen und erfolgreichen Personalberater mit der Kandidatensuche zu beauftragen, spiegeln auch die vielfachen Auszeichnungen wider.

Goerlich Consult ist eine in Münster ansässige Personalberatung, die sich auf die Besetzung von Führungs- und Expertenpositionen in Festanstellung oder zeitlicher Befristung (Interim-Management) spezialisiert hat. Durch die enge Zusammenarbeit mit der international führenden Personalberatung „EO“ bietet Goerlich Consult seinen Kunden im Raum Münster und Osnabrück ein internationales Top-Know-how für die Suche nach neuen Talenten.

„Wir erfüllen die Erwartungen unserer Kunden. Das zeigen nicht nur die Vielzahl unserer Stammkunden und Referenzen, sondern auch die mehrfachen Auszeichnungen des Focus-Magazins für unsere Leistungen“, berichtet Frank Goerlich, geschäftsführender Gesellschafter. „Das gilt für unseren Executive Search wie auch für unsere Vermittlung von Interim-Managern. Hier ist neben der Qualität auch Geschwindigkeit gefragt. Und hier liegen wir mit einer



Frank Goerlich,
geschäftsführender Gesellschafter

Vermittlungsgeschwindigkeit von 24 bis 48 Stunden ganz weit vorne. Auch das ist ein ausgezeichnetes Ergebnis.“

www.goerlichconsult.de

GOERLICH | CONSULT 
Executive Services

Suchen Sie die passenden Überflieger für Ihren Erfolg?
Wir finden sie mit unserem prämierten Executive Search.



Goerlich Consult GmbH & Co. KG | www.goerlichconsult.de | 02533 5262 030
Partnerunternehmen von EO | Executive Search und Interim Management



P&M COSMETICS GMBH & CO. KG, MÜNSTER

Gesunde Haut auf einen Klick

DERMASENCE wurde nach dem Gewinn des Marketingpreises Münster-Osnabrück unter anderem mit dem Best of DMV 2017 ausgezeichnet – für die Hautexperten aus Münster ein Grund mehr, ihre Systempflege zum Breitenthema zu machen. Besonders im Fokus: kreative Online-Kampagnen.

Aus Apothekenregalen zwischen Flensburg und Füssen ist die Marke nicht mehr wegzudenken: Die medizinische Hautpflege von DERMASENCE ist zum Inbegriff von dermatologischer Kompetenz und konsequenter Ausrichtung auf Wirksamkeit und Verträglichkeit geworden – als Herzstück der Markenphilosophie. Seit über 25 Jahren arbeiten die Hautexperten aus Münster an innovativen Produkten.

Initiative von Dermatologen

Die Keimzelle des Unternehmens, das heute zu den größten Playern im Marktsegment gehört, war die Initiative von fünf Dermatologen und einer Apothekerin. Ihr Leitgedanke: Rezepturen für Hautpflegeprodukte entwickeln, die man Patienten besten Gewissens empfehlen kann. Heute arbeiten rund 160 Mitarbeiter für DERMASENCE. Der Vertrieb der über 50 medizinischen Hautpflegeprodukte erfolgt exklusiv über die Apotheke. Auch in Österreich und den Niederlanden – und die weitere Internationalisierung schreitet voran.

Im Fokus: die Zukunft der medizinischen Hautpflege

DERMASENCE hat mit Partnern aus der Spitzenforschung die alte Heilpflanze Färberwaid erstmals für die medizinische Hautpflege nutzbar gemacht. Das Ergebnis? Eine bahnbrechende Innovation – die Intensivpflege DERMASENCE Vitop forte. Auch in Zukunft möchte DERMASENCE Innovationstreiber sein: Mit einer Anfang 2018 gegründeten Tochtergesellschaft



Freuten sich über den Gewinn des deutschlandweiten Marketingpreises „Best of DMV 2017“: Detlef Isermann, geschäftsführender Gesellschafter von DERMASENCE (2. von links), und Gudrun Hams-Weinecke, Leiterin Marketing beim Münsteraner Spezialisten für medizinische Hautpflege. Überreicht wurde ihnen der Preis von Thomas Hans, Präsident des Marketing-Clubs Münster/Osnabrück (ganz links) und Prof. Dr. Bernd Radtke, Jurymitglied des Best of DMV und Beirat des Deutschen Marketing Verbands.

bündelt das Unternehmen in einem Kompetenzzentrum sein Know-how, um Vorreiter bei der Herstellung innovativer pflanzlicher Inhaltsstoffe zu bleiben.

Passgenaue Pflege

DERMASENCE bietet für jeden Hauttyp die richtige Pflege. Ob Akne oder Neurodermitis, Rosacea oder Anti-Aging: Die Produkte sind stets konsequent auf die jeweiligen Hautbedürfnisse abgestimmt. Orientierung in der Markenwelt bietet ein übersichtliches Farbcodesystem. So wird der Verbraucher passgenau fündig – ob er unter Problemhautindikationen leidet oder bestimmte Pflegeziele erreichen möchte. Systempflege zu vermitteln ist eine komplexe Marketingaufgabe. Dabei setzen die Münsteraner auf bewährte Kanäle – aber auch besonders auf die Potenziale von Online-Kampagnen.

Im Aufwind

Mit Erfolg – das zeigen die Umsatzrekorde in den letzten Jahren. Aber auch das Feedback von Fachjurs: DERMASENCE wurde 2017 mit dem Best of DMV ausgezeichnet. Für die Kampagne „Gesunde Haut mit System“ gab es im März 2018 Bronze beim Digitalpreis VISION.A Award und im Juni 2018 Silber beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation. Für Marketingleiterin Gudrun Hams-Weinecke sind diese Auszeichnungen ein großer Ansporn, das Thema Hautgesundheit auch künftig mit ihrem Team aufmerksamkeitsstark zu vermitteln: „Erst wenn unser Ansatz verstanden wird, können die Verbraucher von unserer medizinischen Hautpflege profitieren.“

www.dermasence.de



**EINZIGARTIGE MARKEN- UND
EINKAUFSERLEBNISSE**

INTERAKTIV. INTUITIV. ERFOLGREICH.

**VIDERO - IHRE ERSTE WAHL
FÜR DIGITALE IN-STORE ERLEBNISSE**

Videro AG
Pfarrer-Reukes-Str. 7
48599 Gronau
www.videro.de

VIDERO®
your ideas on screen ●●●

ASCHENDORFF MEDIEN GMBH & CO. KG, MÜNSTER

Fast 300 Jahre Aschendorff

... und immer noch hellwach

Als im Oktober 2016 der Marketing Club zu Gast bei Aschendorff war, lauschte neben zahlreichen Club-Mitgliedern auch Prof. Heribert Meffert den Ausführungen zum Thema „Digitalisierung in der Medienwelt – Was kommt? Was bleibt?“ In der anschließenden Diskussion erwähnte Prof. Meffert lobend, wie breit Aschendorff aufgestellt sei und wie umsichtig man in die Zukunft blicke.



Schaut man auf das Portfolio des Hauses, so findet man diese Aussage bestätigt. Lange steht das Medienhaus nicht mehr nur für die Kernmarken und Produkte Westfälische Nachrichten, die Münstersche Zeitung, auch zahlreiche Anzeigenblätter wie Hallo, sowie Magazine wie Münster! und Wohngefühl runden das Printportfolio ab. Das Angebot der digitalen Medien, wie die Newsportale wn.de und muenstersche-zeitung.de sowie u. a. das Fußball-Portal Westline, wurde jüngst durch das Reichweitenportal msl24.de ergänzt. Neu gegründet wurde auch Aschendorff NEXT, die Gesellschaft für digitale Corporate-Investments der Unternehmensgruppe. Hier beteiligt sich Aschendorff an innovativen, digitalen

Geschäftsmodellen wie Digitalvermarkter Quality Traffic, pflge.de oder der Young Professionals-Plattform truffls.de. Historisch in der fast 300-jährigen Geschichte steht Aschendorff auch für Bücher. Der Buchverlag hat vom Gotteslob über Fachbücher auch regionale Literatur zu bieten, und eine digitale Bibliothek schlägt die Brücke ins digitale Zeitalter. Für die in der Zeitungsguppe Münsterland zusammengeschlossenen Partnerverlage und für andere Verlage der Region ist das Druckzentrum ein verlässlicher Partner. Jede Nacht werden hier rund 230.000 Tageszeitungen produziert und in der Woche dazu noch 800.000 Anzeigenblätter. Im digitalen Zeitalter ist die Gewinnung

neuer Zeitungsleser eine Herausforderung. Die für den Lesermarkt Verantwortlichen legen unermüdlich kreative Abo-Kampagnen auf. Je nach Produkt, da die Zielgruppen für die Marken WN und MZ unterschiedlich anzusprechen sind, erfolgt die Ansprache mal kess, augenzwinkernd oder heimatbezogen, immer versehen mit einem verlockenden Angebot.

Im B2B-Bereich besteht die Herausforderung im mittlerweile großen Portfolio des Werbemarktes. Ob Mediengattungs- oder Produktargumentation, Reichweiten- bzw. Mediaanalysen sowie Online-Targeting oder Content-Marketing-Modelle, die Kommunikation ist in der immer komplexer werdenen Werbewelt unerlässlich. Die Bandbreite der Produkte geht von der digital Signage Mediabox bis hin zum Kreativwettbewerb BrillANZ. Hier kommt der Produktkommunikation über den Kanal aschendorff-medien.de sowie dem Mediaberater vor Ort eine wichtige Rolle zu. Wie man sieht: 300 Jahre Aschendorff, und die Unternehmensgruppe ist am Puls der Zeit.

www.aschendorff.de

PLATZ 1 SAGT MEHR ALS 1000 WORTE.

WERDEN SIE GEFUNDEN!

Und zwar unabhängig davon, ob man im Internet nach Ihnen, Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung sucht. Mit Suchmaschinenoptimierung (SEO) von den Sumanauten stehen Ihnen neue Möglichkeiten für Ihr Online-Marketing zur Verfügung. **Wir beraten Sie gern.**

ARTGERECHT WERBEAGENTUR GMBH, BIELEFELD

Früher war alles ganz einfach

Wollten Unternehmen ihre Kunden erreichen, gab es eine überschaubare Anzahl an Kanälen, die zur Verfügung standen. Wenn man was bewegen wollte, wurde auf die reichweitestarken Massenmedien gesetzt. Seit es den „Segen“ der digitalen Kommunikation gibt, wurde von vielen Experten die Massenkommunikation für tot erklärt – Targeting, Personalisierung, gezielte Einzelsprache lautet die neue Verheißung, die den Weg zum Kunden noch einfacher machen soll. Nun zeigt sich aber, dass die Kunden/Verbraucher unerhörterweise da nicht so einfach mitmachen wollen und das Ganze doch nicht so uneingeschränkt funktioniert.



Wenn via Targeting im Internet nur noch die konkreten Kaufinteressenten angesprochen werden, bleiben alle anderen potentiellen Kunden außen vor.

geting im Internet nur noch die konkreten Kaufinteressenten angesprochen werden, bleiben alle anderen potentiellen Kunden außen vor und mögliche Absatzpotentiale nehmen sukzessive ab. Nicht umsonst investieren immer mehr „Onlinestars“ wie Zalando, Amazon, etc. massiv in TV- und Print-Werbung – Streuverluste werden dabei in Kauf genommen oder sind sogar gewünscht (siehe Bedürfnisse wecken).

Natürlich eignen sich Kanäle wie Facebook, Instagram & Co. hervorragend dazu, Marken und Unternehmen emotional zu positionieren, Absatz zu erzielen, „Fans“ zu generieren und diese gleichzeitig zu Botschaftern zu machen. Aber nur mit einer guten Story, eingebettet in eine Gesamtstrategie.

Im Grunde ist es so, wie es schon immer im Marketing war: Es geht um eine gute Idee und die richtige Mischung aus Reichweite und Targeting. Den richtigen Mediamix also, um Kunden gezielt anzusprechen und vor allem aber auch, um neue Kunden zu erreichen bzw. zu gewinnen. Dabei können wir als erfahrene Agentur helfen.

Wenn man mal ganz ehrlich ist, hätte man sich das ja auch schon ein bisschen denken können. Denn was passiert denn, wenn der Kunde nicht im Internet gezielt nach einem Produkt sucht? Wie erreiche ich ihn noch, wenn er so böse ist und einen Ad Blocker installiert hat? Und was mache ich, wenn er über seine Social Media-Plattform nicht mit seiner Lieblingsschokolade in den Dialog treten will? Laut einer aktuellen Studie lehnen 53 % der Deutschen personalisierte Werbung (auch per E-Mail) kategorisch ab, sie fühlen sich verfolgt und nur 6 % empfinden sie als positiv.

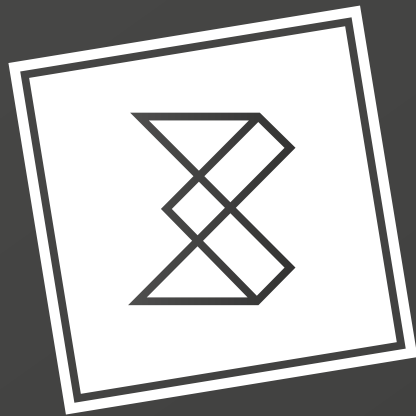
Damit wir uns nicht falsch verstehen: Online Marketing mit all seinen Möglich-

keiten ist wirklich eine tolle Sache. Das merken wir täglich an den Responsequoten unserer Online Kampagnen, die wir für unsere Kunden durchführen, aber sie sind nicht das einzige Mittel zum Erfolg. Dazu passt übrigens auch die Tatsache, dass die meisten Suchtrends auf Google immer noch durch klassische Medien ausgelöst werden.

Auch das ist eigentlich ganz logisch, geht es doch in vielen Fällen der Werbung darum, Bedürfnisse zu wecken, wo vorher noch gar keine waren. Menschen zu erreichen, die nicht gezielt nach einem Produkt oder Unternehmen suchen, sie zu überraschen und zu begeistern. Wenn via Tar-

www.artgerecht.de

TEILNAHME UNTER
WWW.BRILLANZ.MS



BRILLANZ

DEIN **KREATIVWETTBEWERB** AUS DER **REGION**

DIE UNTERNEHMENSGRUPPE ASCHENDORFF WÜNSCHT
ALLES GUTE ZUM JUBILÄUM

KLAPHECK MARKETING SERVICE GMBH, LÜDINGHAUSEN

Von der Konzeption bis zum fertigen Display – alles aus einer Hand

Fachliche Kompetenz für einen nachhaltigen, starken Markenauftritt am Point of Sale sowie maßgeschneiderte Raumkonzepte für Büros, Restaurants oder den Fachhandel – das bietet die Klapheck Marketing Service GmbH.



Die inhabergeführte PoS-Agentur mit Sitz im Münsterland begleitet ihre Kunden vom ersten Entwurf über die gestalterische Ausformulierung als 3D-Animation und qualifiziertem Projektmanagement bis hin zu Logistik und Montage mit eigenen Fachleuten. „Wir sind stolz Global Player wie Volkswagen, Mercedes-Benz, Toyota, Continental, TechniSat, Husqvarna, VEKA oder Nespresso seit Jahren zu unseren Kunden zählen zu dürfen“, sagt Geschäftsführer Bernd Klapheck. „Ein Briefing genügt, damit wir kreative Vorschläge entwickeln, die wir im nächsten Schritt gerne visualisieren und fertigungsreif konstruieren. Bei größeren Projekten stellen wir unseren Kunden erfahrene Projektleiter als alleinige Ansprechpartner zur Verfügung,

die jederzeit einen vollständigen Kosten-, Qualitäts- und Zeitüberblick geben.“

Das Fachpersonal montiert und kommissioniert die Produkte. Und erfahrene Merchandiser sorgen für echte Nachhaltigkeit, indem sie die Merchandisingflächen regelmäßig pflegen oder saisonal aktualisieren.

„Nachdem wir bereits viele Jahre individuelle Displays, die unterschiedlichste Anforderungen bedienen, aus unseren selbst entwickelten KMS-Aluminium-Profilen hergestellt hatten, stellten wir fest, dass in dem System noch viel mehr Möglichkeiten stecken. So ist unser smartes Raumkonzept entstanden“, skizziert Geschäftsführer Ludger Dohm die Entwicklung. Hochwertige Aluminiumrahmen mit

großformatigen Textildrucken für gezielte Marken- oder Produktkommunikation und innenliegende Befestigungspunkte für verschiedenste Anbauteile – wie beispielsweise Vitrinen, Screens, Fachböden, Cafeteria-Module etc. – bildeten die Basis für die hochwertigen Displays.

Mit diesem Baukastenkonzept wird die Kommunikation in den Vordergrund gestellt und die stabile Konstruktion tritt in den Hintergrund und ist quasi „unsichtbar“. Darauf aufbauend wurden die technischen Eigenschaften weiterentwickelt, so dass das Klapheck-Team heute Akustik-elemente oder vollflächig hinterleuchtete Flächen, darauf funktional zugeschnittene Möbelkomponenten bis hin zur Integration von Entertainment Equipment anbietet.

Durch die schnelle und einfache Montage ist das System sehr flexibel einsetzbar, so dass sich daraus ganze Bürolandschaften o. ä. gestalten lassen. Das sieht nicht nur gut aus, sondern besitzt zudem hervorragende technische Eigenschaften. Erst die Kombination der Möglichkeiten macht daraus das smarte Raumkonzept.

www.klapheck.de



„Made for all“



Mit ReSound Hörgeräten begeistern wir Menschen mit einem leichten, mittleren oder schweren Hörverlust. Helfen Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen – bis ins hohe Alter. Sprechen die iPhone-Fans genauso an wie die Fans von Android-Smartphones.* Und sorgen für die Tinnitus-Geplagten und die stillen Genießer.



Smart Hearing

Für jeden gibt es eine attraktive Lösung von ReSound. Bewahren Sie sich durch einen professionellen und kostenlosen Hörtest bei einem Hörakustiker ein erfülltes und aktives Leben.

Ihren nächsten ReSound-Hörakustiker finden Sie auf: www.resound.com

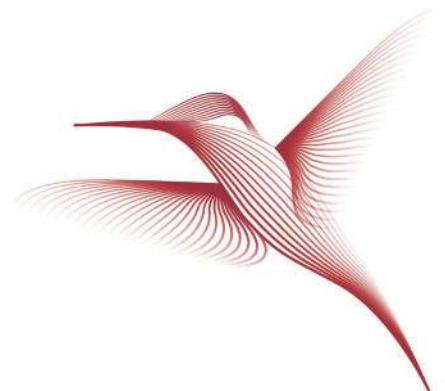
GN Making Life Sound Better

* Eine Übersicht zur Kompatibilität von ReSound Smart Hörsystemen finden Sie unter: www.resound.com/de-DE/compatibility
Eigentümer und Nutzer der aufgeführten Marken sind die GN ReSound Group und ihre verbundenen Unternehmen. © 2018.

ReSound GN

ANDREAS KERNIG

Building Consultant



SUMANAUTEN GMBH, OSNABRÜCK

Keep it simple – aber voller Begeisterung

Seit mehr als 10 Jahren sind die Sumanauten als Online Agentur tätig, um das digitale Marketing ihrer Kunden nach „oben“ zu bringen. Dahinter steht ein Team von Überzeugungstätern. Menschen, die sich von kreativen Herausforderungen, neuen Technologien oder verrückten Ideen begeistern lassen. Der Club Report hat mit Online-Marketing-Manager Jan Harengerd gesprochen.



Jan Harengerd, Online-Marketing-Manager

Herr Harengerd, aus welchen Branchen kommen Ihre Kunden?

Unser Konzept sieht die direkte Zusammenarbeit mit Agenturkunden vor. Mit vielen arbeiten wir schon seit Jahren eng zusammen. Direkten Kontakt mit dem „Endkunden“ haben wir also nicht. So geben wir den Agenturen, die bislang wenig oder keine Onlineaffinität hatten, die Chance, ihre Kunden auch in diesem Bereich zu betreuen. Weiter ergeben sich durch die Zusammenarbeit mit den Agenturen natürlich auch tolle Synergien, von denen alle Seiten profitieren.

Wie macht man das: Onlinemarketing einfach halten?

Onlinemarketing hört sich für viele immer noch nach Raketenwissenschaft an. Es ist für viele Unternehmen und Agenturen einfach nicht direkt (be)greifbar. Dies möchten wir endlich ändern.

Wir möchten Agenturen das Thema so einfach wie möglich erklären, damit das Ganze greifbar wird. Es hat sich für uns als beste Lösung herausgestellt, den Agenturen in einer Schulung die Basics zu erklären, damit diese die gewonnenen Informationen direkt bei ihren Kunden anwenden können. Am kompliziertesten ist eigentlich meiner Erfahrung nach das Thema SEO und SEA. Content, Meta-Tags, Keywords, Descriptions – wenn man nur eins dieser Worte bei Google eingibt, ist es, als wenn man nach einer Krankheit im Internet sucht und gefühlt am Ende doch mal wieder Krebs hat, der sich beim Arztbesuch als Schnupfen herausstellt. Was ich damit sagen will: Es herrscht einfach ein Überangebot an Informationen – manche sind richtig, manche falsch und manche versteht man nicht und gerät dann in Panik. Ich sag nur: Thema DSGVO.

Mit welchen Maßnahmen erreichen Sie Ihr Ziel?

Web-User oder potenzielle Kunden, Webseiten und deren Inhalte – alle haben etwas gemeinsam: sie sind verschieden. Das Ziel ist aber fast das gleiche: Top-Markenpositionierungen und deutlich mehr Reichweite für dauerhaften Erfolg im Netz. Dafür gibt es bei uns den „Online Code“. In diesem Sumanauten-Online-Code legen wir gemeinsam mit den Agenturen Anforderungen und Ziele fest. Von der Analyse und Strategie über die Redaktion von Content bis hin zu allen Social-Media- und SEO-Maßnahmen. Damit auch das möglichst einfach bleibt, arbeiten wir gerade mit Hochdruck an unseren neuen Online-Boostern, die wir im September vorstellen werden. Aber mehr möchte ich noch nicht verraten ...

www.sumanauten.de

MSO MEDIEN-SERVICE GMBH & CO. KG, OSNABRÜCK

Wenn Werbung wirken soll

Starke regionale Medien bieten eine ideale Werbepattform. Der MSO Medien-Service ist Ansprechpartner in allen Belangen der werblichen Kommunikation in der Region Osnabrück/Emsland.



Das Team vom MSO Medien-Service sorgt für eine wirkungsvolle Werbung in der Region.

Das große Spektrum an Werbemöglichkeiten reicht von Print bis Online. Immer mit den passenden Lösungen für die Kommunikationsziele der Kunden. Als Teil der NOZ MEDIEN vermarktet der MSO Medien-Service exklusiv den Zugang zu den Zeitungstiteln, Magazinen, Online-Portalen und Apps des Hauses. Damit verfügt das Unternehmen mit Sitz in Osnabrück über das größte regionale Medienportfolio.

Das versierte Team des MSO Medien-Service findet innerhalb des Portfolios der NOZ MEDIEN das richtige Produkt, mit dem die Kunden erfolgreich für ihr Unternehmen, ihr Produkt und ihre Botschaft werben. Darüber hinaus werden neue Produkte am Puls der Zeit entwickelt.

Zahlreiche Unternehmen aus der Region vertrauen dem MSO Medien-Service, weil genau diese Erfahrung, das reichweitenstarke Portfolio und das Netzwerk an Dienstleistern ihnen hilft, nachhaltig erfolgreich zu werben – stets mit dem richtigen Blick auf Budget, Timing und Effizienz.

Die Vision des Unternehmens: „Wir glauben an die Zukunft starker Medien.“

www.mso-medien.de

Georg
Umformtechniker
Produktion
Beckum, Deutschland

MANCHE DENKEN, MIT PLASTIKNIETEN KÖNNTEN WIR GELD SPAREN. WIR DENKEN ANDERS.

Auch in einer Zeit, in der Wirtschaftlichkeit nur am kurzfristigen Profit gemessen wird, bleibt BEUMER seinem Motto treu: langfristiger Erfolg statt kurzfristiger Gewinn. Seit drei Generationen bestimmt diese unternehmerische Zielsetzung unser Handeln. Sie macht uns zum Qualitätsführer in allen von uns bedienten Bereichen. Sie ist der Grund, warum wir Metall- statt Plastiknieten verwenden. Sie ist das, was uns zu BEUMER macht. Sie macht den Unterschied.

Für weitere Informationen besuchen Sie
www.beumergroup.com

**MADE
DIFFERENT**

Vorteile für Mitglieder auf einen Blick

SELBSTBEDIENUNG IN FREMDER ERFAHRUNG

LEISTUNGSKATALOG

MARKETING CLUB MÜNSTER/OSNABRÜCK E. V.

- Aktuelles Marketingwissen für die berufliche Praxis
- Wissenstransfer von Marketing-Erfolgscases aus unterschiedlichen Branchen
- Kontakte und Erfahrungsaustausch zu / mit Marketing-Professionals der Region
- Über 14.000 Mitglieder an allen DMV Club-Standorten in Deutschland und Österreich
- Ein bis zwei Vortragsveranstaltungen pro Monat; Veranstaltungsreihe „Lernen aus fremden Erfahrungen“
- Premium-Veranstaltungen: Sommerfest, Neujahresempfang, Marketing-Preis
- Extraveranstaltungen im Juniorenkreis für Marketingnachwuchskräfte bis 34 Jahre
- „Marketing meets Marketing“: Club-Abend für Mitglieder und Interessenten
- Programmflyer
- Mitglieder werden zu jeder Veranstaltung per E-Mail eingeladen
- Bei allen Veranstaltungen anschließende Berichterstattung im Internet mit Bildergalerie für Mitglieder und Medien
- Extranet für Mitglieder
- Abonnement der „absatzwirtschaft“ (im Jahresbeitrag enthalten); Abonnement „HORIZONT“ und „W&V“
- Eigenes Namensschild, Ausweis mit Namen für jedes Mitglied
- Magazin „Club Report“
- Gäste sind willkommen: Gastbeitrag 45 Euro; jedes Mitglied erhält zu Jahresbeginn zwei Gastkarten
- Studierende zahlen einen Gastbeitrag von 10 Euro
- Sonderkonditionen für Veranstaltungen und Angebote des Deutschen Marketing Verbandes
- Der Mitgliedsbeitrag ist als Werbungskosten in voller Höhe steuerlich absetzbar

HERAUSGEBER:

Marketing-Club Münster/Osnabrück e. V.
in Zusammenarbeit mit Mielitz Verlag GmbH

REDAKTION:

Mielitz Verlag GmbH
André Mielitz V.i.S.d.P.
Goldstraße 16-18, 33602 Bielefeld
0521-93 25 6 10
www.mielitz-verlag.de

REDAKTION „MARKETING VON A BIS Z“:

Dr. Eike Birck, Freie Autorin und Journalistin
Zur Schwedenschanze 27, 33619 Bielefeld
Tel.: 05 21-1 64 24 67

ANZEIGENKOORDINATION:

Mielitz Verlag GmbH
Anzeigenleitung: André Mielitz
Anzeigenberatung: Sigrid Förster, Susanne Madert
Laura Menne, Kim Hülsmann
Anzeigenkoordination: Judith Fischer, Kim Hülsmann
Goldstraße 16-18, 33602 Bielefeld
Tel.: 05 21-9 32 56-0
www.mielitz-verlag.de

DESIGNKONZEPT UND REALISATION:

Artgerecht Werbeagentur GmbH
Goldstraße 16-18, 33602 Bielefeld
Tel.: 05 21-9 32 56-0
www.artgerecht.de



DRUCK:

LUC GmbH
Hansaring 118, 48268 Greven
Tel.: 0 25 71-93 85 0
Fax: 0 25 71-93 85 58
E-Mail: kontakt@luc-medienhaus.de

VEREDELUNG TITEL:

Gräfe Druckveredelung GmbH
Eckendorfer Straße 82-84, 33609 Bielefeld
Tel.: 05 21-97 20 5-0
Fax: 05 21-97 20 5-50
www.graefe-druckveredelung.de

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND:

Geburgis A. Niehaus

LEITUNG GESCHÄFTSSTELLE

Birgit Haber Ulmer

GESCHÄFTSSTELLE:

Kuckucksweg 58, 48268 Greven
Tel.: 0 25 75-95 55 92, Fax: 0 25 75-85 08
E-Mail: info@marketingclub-ms-os.de
Internet: www.marketingclub-ms-os.de



Bei uns zählen nur Sie!

■ Wir sind Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Rechtsanwälte und betriebswirtschaftliche Berater, die auf mehr als 90 Jahre Erfahrung am Standort Münster zurückblicken können. Intensive Gespräche mit unseren Mandanten stehen bei uns im Mittelpunkt. Sie sind Grundlage für maßgeschneiderte Lösungen mit hoher Sicherheit.

■ jahrzehntelange
Erfahrung

■ hohe
Sicherheit

■ maßgeschneiderte
Lösungen

Kompetenz verbindet

Münster · Düsseldorf · Leipzig

info@schumacher-partner.de · www.schumacher-partner.de

 Member of
HLB International



**DR. SCHUMACHER
& PARTNER GMBH**

Wirtschaftsprüfung · Steuerberatung · Rechtsberatung

Wir haben den Druck nicht neu erfunden

Aber das, was man damit machen kann.

Von der Flexibilisierung einer einzelnen Broschüre bis zur individuellen, persönlichen Ansprache im Mailing – damit aus Zielgruppen Kunden werden.

Gedruckt, konfektioniert und adressiert.

Wir nehmen das in die Hand.

Ortmeier Medien Gruppe
Michael Wietkamp
m.wietkamp@ortmeier.de
+49 2574 9388-0
Boschstraße 38, 48369 Saerbeck
www.ortmeier.de

