

# SÜDWESTFALEN MANAGER

Wirtschaft. Regional. Spannend.

REGIO  
MANAGER



**LOREM IPSUM**

Titel: Head Lorem ipsum  
dolor sit, consectetur

**LOREM IPSUM**

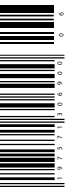
Titel: Head Lorem ipsum  
dolor sit, consectetur

**LOREM IPSUM**

Titel: Head Lorem ipsum  
dolor sit, consectetur

**LOREM IPSUM**

Titel: Head Lorem ipsum  
dolor sit, consectetur



Ausgabe 06 - 9. Jahrgang - 6,90 €

# 25. Südwestfälischer Marketing Preis für die Südwestfalen Agentur

Regionalmarketing mit kreativer wie klarer Dachmarken-Strategie.



Marie Ting (Leitung Regionalmarketing) und Hubertus Winterberg (Geschäftsführer der Südwestfalen Agentur GmbH) freuen sich über die Auszeichnung durch den Marketing Club Südwestfalen.

Der Marketing Club Südwestfalen hat die Südwestfalen Agentur für ihr erfolgreiches Regionalmarketing mit dem 25. Südwestfälischen Marketing Preis ausgezeichnet. Die regionale Entwicklungsagentur bündelt die Kräfte von Politik und Wirtschaft für eine wettbewerbsfähige Positionierung der Region Südwestfalen als starke Marke und als starke Wirtschaftskraft im Wettstreit mit anderen Industrieregionen und -standorten. Ihre Gesellschafter sind der Märkische Kreis, der Hochsauerlandkreis, die Kreise Olpe, Siegen-Wittgenstein und Soest sowie der Verein „Wirtschaft in Südwestfalen“.

„Die Südwestfalen Agentur ist Mutmacher und Netzwerkerzentrale, Partner und Vernetzer, Vordenker, Fürsprecher und Macher des Regionalmarketings“, erläuterte MC-Präsident Willi Denecke im Rahmen der Preisverleihung in der SIHK zu Hagen. Jury-Vorsitzender Claus Peter Claudy begründete, warum das Team die Auszeichnung verdient hat: „Der Agentur ist es beispielhaft gelungen, die Region Südwestfalen mit dem Claim ‚Südwestfalen – Alles echt‘ als Marke zu entwickeln, ja sogar als wirtschaftliche Dachmarke zu positionieren.“ Weitsicht, Sensibilität und Konsequenz kennzeichneten die Prozessführung der Agentur, die hinter der Marke Südwestfalen ein Netzwerk aus 59 Kommunen, aus Unternehmen, Bürgern und Institutionen versammelt habe. Die Marketing-Strategie setze auf Transparenz, Mehrwerte, Multiplikatoren, Mitmach-Optionen und zielgruppenspezifische Kampagnen. Eng damit verbunden sei die Leistung, in kürzester Zeit ein nachhaltiges, wegweisendes Personal- und Budgetfundament im Regionalmarketing geschaffen zu haben. Diese bundesweit außerordentliche Leistung habe zu 100 Prozent überzeugt. Mit der klaren Kernbotschaft „Südwestfalen – Alles echt“ habe die Südwestfalen Agentur die philosophische Basis für eine einzigartige Dachmarken- und Multiplikatoren-Strategie geschaffen. Der Claim stehe für die Philosophie, für Emotionalität gepaart mit überzeugenden Fakten, für wirtschaftlichen Erfolg, Vertrauen und Verlässlichkeit, für eine klar



Laudator Franz Müntefering übergibt die Preis-Urkunde vor mehr als 400 Gästen an die Südwestfalen Agentur GmbH.

definierte Wertewelt der Region Südwestfalen. Diese kommuniziere die Südwestfalen Agentur kreativ beispielsweise auf Messen, auf Lkw als Werbeträgern, in mehrseitigen Beilagen überregionaler Medien sowie in einer breit aufgestellten Online- und Offline-Strategie.

## Prominenter Laudator

Die Laudatio hielt vor über 400 Gästen Franz Müntefering. Der gebürtige Hochsauerländer, Südwestfalen-Botschafter und ehemalige Vorsitzende der Bundes-SPD spannte einen Bogen von seiner Verbundenheit zu Südwestfalen bis hin zum diesjährigen Preisträger. „Wer sich heute als Marke behaupten will, braucht Erfolg und Qualität in der Wahrnehmung“, erklärte Franz Müntefering. Beides könne die Südwestfalen Agentur für sich verbuchen. Sie verstehe es hervorragend, die in der Region vorhandenen Synergien konsequent zur Er-

reichung der Marketingziele zu nutzen. Dabei bilde das engagierte und qualifizierte Mitarbeiterteam das Fundament für kreative Innovationsprozesse, kontinuierliches Wachstum und eine prosperierende Markenwahrnehmung. Es werde ein hocheffizientes Markenmanagement praktiziert – und damit verbunden eine hochprofessionelle Entwicklung, Führung und Kommunikation der Marke.

## Würdigung und Ansporn

„Der Preis ist für uns Würdigung und Ansporn zugleich“, freuen sich Marie Ting, Leiterin des Regionalmarketings, und Geschäftsführer Hubertus Winterberg. „Als wir 2012 die Arbeit aufnahmen, lag eine riesige Aufgabe vor uns. Wenn wir heute auf das Erreichte schauen, staunen wir selbst: Südwestfalen ist zur Marke geworden. Viele Institutionen, Vereine, Unternehmer und Kommunen sind dabei

Botschafter der Region und des Regionalmarketings: Das macht uns gemeinsam stark und selbstbewusst. Das Bewusstsein für die Region als starke Wirtschaftskraft ist inzwischen signifikant gewachsen. Gleichzeitig gehen uns die Ideen nicht aus – und es bleibt viel zu tun.“

Persönliche Worte zum Regionalmarketing finden Sie auch im Interview mit Marie Ting auf Seite XY.

## KONTAKT



**Südwestfalen Agentur GmbH**  
 Martinstraße 15 · 57462 Olpe  
 Telefon: 02761/83511-23 · Telefax: 02761/83511-29  
 m.ting@suedwestfalen.com  
 www.jetzt-zusammenstehen.de  
 www.suedwestfalen-agentur.com



Mehr als 400 Gäste verfolgten die Preisverleihung mit Spannung und Begeisterung.



Sauerländer und Südwestfale: Franz Müntefering würdigte die Leistung des Preisträgers und zeigte sich als bekennender Fan der Region.



JuMP-Sprecher Daniel Wemper stellt im Interview mit MC-Präsident Willi Denecke die Themen der Nachwuchs-Marketingprofis vor.

## Zukunft mitgestalten

**D**er Neujahrsempfang mit Vergabe des 25. Südwestfälischen Marketing Preises war für den Marketing Club Südwestfalen nur der Anfang eines spannenden Marketing-Jahres.

Mit dem Programm 2017 ist das Feuerwerk an guten Ideen für 2017 ist gezündet. Zudem sind alle Argumente für die Ansprache von neuen Unternehmen, Inhabern und Führungskräften zusammengestellt. Damit werden Beirat und Vorstand die Zukunft des Clubs so gestalten, dass er eine professionelle Bühne für das Marketing ist und zugleich die Marketing-Community für die Region Südwestfalen. Dazu wird aktuell in fünf Projektgruppen gearbeitet, die 2016 im Rahmen von zwei Zukunftsworkshops sowie mehreren Arbeitsgruppen festgelegt wurden. 1. Networking 2. Geschäftlicher Mehrwert 3. Lernen und Wissen 4. Markenwahrnehmung 5. Kooperationen. Wer Interesse hat, in einer Projektgruppe mitzuarbeiten, ist herzlich willkommen.

Gleiches gilt für die Aktivitäten der Junior Marketing Professionals (JuMPs). Sprecher Daniel Wemper gab beim Neujahrsempfang einen

Einblick, welche Projekte derzeit im Fokus stehen: Kooperationen mit Hochschulen, Wachstum, eigene Veranstaltungen und eine neue Auszeichnung speziell für junge Unternehmen. Zudem arbeiten die Nachwuchskräfte aktiv an der Mitgliedergewinnung. Dafür werden sie die Beziehungen des Clubs zu Hochschulen nutzen und konkrete Kooperationen anstreben. Das kann zum Beispiel eine Stellenbörse sein, über die sich Marketingclub-Mitglieder über frei verfügbare Kapazitäten von Studenten informieren können. Andersherum haben die Studenten über die Stellenbörse die Möglichkeit, heimische Unternehmen mit freien Stellen kennen zu lernen. Somit wird der Wirtschaftsstandort Südwestfalen greifbarer.

Ebenfalls neu im Club ist die Position der DMV-Botschafterin. Diese Aufgabe hat Nina Claudy übernommen. Sie ist damit Verbindungsglied zwischen Deutschem Marketing Verband und den Clubmitgliedern vor Ort und informiert diese über Zusatzangebote wie Studien oder Weiterbildungsangebote des Dachverbandes. ■

### PROGRAMM-HIGHLIGHTS

Für das Jahresprogramm „Markenbildung im Zeichen der Digitalisierung“ hat der MC Top-Referenten wie Michael Behrens von Jung von Matt oder Klaus-Jürgen Maack, Seniorchef von ERCO, gebucht. Sie werden das Thema Digitalisierung in seiner ganzen Bandbreite präsentieren: Mal geht es um Markenmanagement, um den zielgenauen Einsatz von Content, Context und Contest, mal um die Synchronisation crossmedialer Aktivitäten. Zu den klassischen Vorträgen werden auch neue Veranstaltungsformate geboten. Einige Highlights:

■ **Sommergespräch** Beim Sommergespräch im Mai geht es um „Markenbildung im Zeichen der Digitalisierung“. Unter der Moderation von Christian Thunig, Chefredakteur der „absatzwirtschaft“, diskutiert eine Expertenrunde unter anderem mit BVB-Marketing-Chef Carsten Cramer und Uni-Professor und Regionalmarketing-Experte Prof. Dr. Peter Vieregge.

■ **Büro-Golf** Bei diesem neuen Veranstaltungsformat im Juli geht es darum, Entscheider spielend kennenzulernen: Veranstaltet wird ein 9-Loch-Bürogolfturnier durch neun Unternehmen im Arnsberger Kaiserhaus. Dabei erhalten die Teilnehmer ganz „nebenbei“ Einblicke in die Marketingstrategien der Unternehmen.

■ **Best of DMV** Mit Magirus kommt im Dezember der „Best of DMV“-Preisträger in den Club. Der Hersteller von Fahrzeugen und Geräten für den Brand- und Katastrophenschutz hat mit seiner konsequenten Marktorientierung und Marketingleistung bei der Jury gepunktet.

### KONTAKT



MARKETING CLUB  
SÜDWESTFALEN

Marketing-Club Südwestfalen e.V.

c/o PFIFFIKUS-Agentur GmbH · Frau Corina Turner

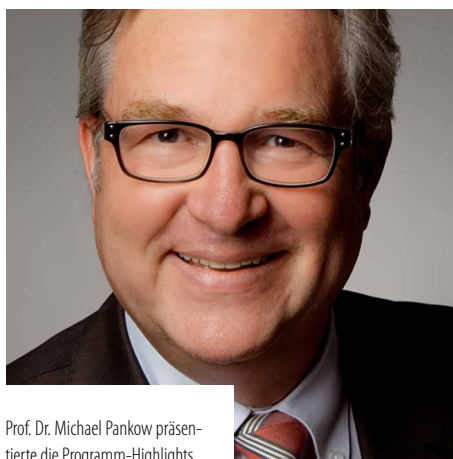
Neuenrader Straße 25 · 58762 Altena

Telefon: 02352/540200 · Telefax: 02352/540205

info@mc-suedwestfalen.de · www.mc-suedwestfalen.de



Beirätin Nina Claudy berichtet von ihren neuen Aufgaben als DMV-Botschafterin.



Prof. Dr. Michael Pankow präsentierte die Programm-Highlights.