



MARKETING-CLUB BERGISCH LAND E.V.

MITGLIED DES DEUTSCHEN MARKETING-VERBANDES
BERUFSVERBAND DES MARKETING-MANAGEMENTS

Presse-Information

Wuppertal, 26.09.2011

Marketing-Club Bergisch Land: Social Media im Vertrieb

Chancen und Risiken in Netzwerken

Zum ersten Clubabend nach der Sommerpause trafen sich Mitglieder und Gäste des Marketing-Clubs Bergisch Land im Riedel Technologie Park an der Uellendahler Straße in Wuppertal. Social Media gilt als eines der aktuellen Trendthemen, und Gastreferent Professor Florian Pfeffer beleuchtete die Verbindung von klassischen Kommunikationskanälen und interaktiven Medien.

Clubpräsident Vok Dams kündigte den zahlreichen Besuchern einen abwechslungsreichen Abend an – und er hatte damit nicht zu viel versprochen. Hausherr Thomas Riedel, Geschäftsführer der Riedel Communications GmbH, erzählte, wie er als Jungunternehmer in den Besitz des 50.000 Quadratmeter großen Areals gekommen war. Eine Überraschung präsentierten Club-Geschäftsführer Dr. Alexander Kletzander und der Geschäftsführer der dialoop GmbH, Oliver Teuber. Gemeinsam mit der Agentur für Neue Kommunikation hat der Marketing-Club seinen neuen Internetauftritt erstellt. Dr. Kletzander zeigte die Homepage im neuen Design, verknüpft mit den sozialen Netzwerken und mit neuen Vermarktungsmöglichkeiten (www-mc-bl.de).

Teuber moderierte den Abend und stellte den Referenten Florian Pfeffer vor, Professor für Kommunikationsdesign an der Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe und Inhaber der von ihm gegründeten Agentur one/one Studio, die mit ihren Projekten schon zahlreiche Preise gewonnen hat. Titel und Thema seines Vortrags: „Der Social-Media-Hype: Große Möglichkeiten der Online-Kommunikation zwischen Kontroll- und Relevanzverlust“. Oder, wie Pfeffer selbst titelte: „The fun of losing control in social media“. Denn es bestünde das Risiko, die Kontrolle über die angestoßenen Maßnahmen und damit über die Marke zu verlieren. Diesen Verlust aber gelte es nicht zu bekämpfen, sondern vielmehr zu nutzen, Vertrauen zu schaffen und Transparenz zu zeigen.

Die Chancen auf Plattformen wie MySpace oder Facebook seien für Unternehmen ebenso zahlreich wie vielfältig. Das Problem sei aber, dass, obwohl diese und andere Plattformen etabliert seien, den Nutzern die Erfahrungen für die nötigen Schritte für ein effektives Marketing fehlten. Zudem unterliegen die Unternehmen immer noch

MARKETING-CLUB
BERGISCH LAND E.V.

LEITUNG CLUBSEKRETARIAT:
GUDRUN JAROSCH

GESCHÄFTSSTELLE:
BEETHOVENSTR. 18 a
42115 WUPPERTAL
TELEFON 0202 / 6 93 94 96
TELEFAX 0202 / 6 93 94 95

BANKVERBINDUNG:
STADTSPARKASSE WUPPERTAL
BLZ 330 500 00
KONTO-Nr. 960120

STEUER-NR.: 132 5907-0197
FINANZAMT WUPPERTAL-ELBERFELD

info@mc-bl.de
WWW.MC-BERGISCHLAND.DE

PRÄSIDENT:
DIPL. ING. VOK DAMS

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND:
DR. ANDREAS KLETZANDER

MARKETING
STEFAN HEINZ

WISSENSCHAFT,FORSCHUNG,LEHRE
PROF.DR.TOBIAS LANGNER

PROGRAMM
DIPL.-ÖK. SILKE ASBECK

SCHATZMEISTER:
DIPL. KFM. NORBERT BRENKEN

MITGLIEDER/JUNIOREN
Dipl. ÖK. BETTINA HOPPMANN



MARKETING-CLUB BERGISCH LAND E.V.

MITGLIED DES DEUTSCHEN MARKETING-VERBANDES
BERUFSVERBAND DES MARKETING-MANAGEMENTS

einigen Missverständnissen in Bezug auf das Internet und Social Media. So sei das Internet keinesfalls das Medium der Zukunft, sondern nur ein weiteres im Kreise der schon bestehenden. Auch sei es keinesfalls ein „junges“ Medium. Zwar sei die Zahl der jüngeren User größer, die Altersgruppe ab 35 Jahren aber nutze das Internet länger und intensiver. Und einfacher und kostensparender sei die Online-Kommunikation auch nicht. „Wer das denkt, hat zu wenig investiert“, warnte Pfeffer. Auch die Angst vor einem Kontrollverlust hielte viele Unternehmen von der Nutzung ab. Dabei sei die Kommunikation auf den Plattformen der Social Media ein effektiver Weg, Vertrauen in Marke und Unternehmen zu schaffen, wenn diese die nötige Souveränität mitbrächten.

An drei Beispielen zeigte der Redner die praktischen Möglichkeiten der Online-Kommunikation auf. Sein Fazit: Die interaktive Nutzung sozialer Netzwerke bietet den Unternehmen größte Möglichkeiten, sich und ihre Marken in den Kommunikationskanälen zu integrieren – wenn sie bereit seien, Transparenz und Aufrichtigkeit zu zeigen und ihre Ressourcen entsprechend einzusetzen. Und, ganz wichtig, so Pfeffer: „Langer Atem zahlt sich aus!“

Für seinen inspirierenden Vortrag, der den anwesenden Marketing-Spezialisten viele neue Ideen mit auf den Weg gab, erhielt Florian Pfeffer zum Dank den Bergischen Hammer von Vok Dams überreicht.

www.mc-bergisch-land.de

Bildunterschrift:

Vok Dams, Präsident des Marketing-Club Bergisch Land (rechts) und Club-Geschäftsführer Dr. Andreas Kletzander (links) mit Oliver Teuber, Janine Becker (beide Agentur dialoop) und Gastreferent Professor Florian Pfeffer.
(Foto: Anette Hammer, Freistil Fotografie)

Abdruck kostenlos – Belegexemplar erbeten

MARKETING-CLUB
BERGISCH LAND E.V.

LEITUNG CLUBSEKRETARIAT:
GUDRUN JAROSCH

GESCHÄFTSSTELLE:
BEETHOVENSTR. 18 a
42115 WUPPERTAL
TELEFON 0202 / 6 93 94 96
TELEFAX 0202 / 6 93 94 95

BANKVERBINDUNG:
STADTSPARKASSE WUPPERTAL
BLZ 330 500 00
KONTO-Nr. 960120

STEUER-NR.: 132 5907-0197
FINANZAMT WUPPERTAL-ELBERFELD

info@mc-bl.de
WWW.MC-BERGISCHLAND.DE

PRÄSIDENT:
DIPL. ING. VOK DAMS

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND:
DR. ANDREAS KLETZANDER

MARKETING
STEFAN HEINZ

WISSENSCHAFT,FORSCHUNG,LEHRE
PROF.DR.TOBIAS LANGNER

PROGRAMM
DIPL.-ÖK. SILKE ASBECK

SCHATZMEISTER:
DIPL. KFM. NORBERT BRENKEN

MITGLIEDER/JUNIOREN
Dipl. ÖK. BETTINA HOPPMANN



MARKETING-CLUB BERGISCH LAND E.V.

**MITGLIED DES DEUTSCHEN MARKETING-VERBANDES
BERUFSVERBAND DES MARKETING-MANAGEMENTS**

Über den Marketing-Club Bergisch Land:

Der Marketing-Club Bergisch Land, Mitglied des Deutschen Marketingverbandes, ist das Kompetenzzentrum für Marketing im Bergischen Land. Er vertritt mit rund 200 Mitgliedern die Bedeutung des Marketings als Impulsgeber für Wirtschaft und Gesellschaft in der Öffentlichkeit und gegenüber Politik und Institutionen. Vortragsveranstaltungen und Diskussionen, zu denen auch Interessenten und Gäste geladen werden, stehen im Mittelpunkt der Aktivitäten.

Das Clubjahr bietet ein sehr vielfältiges Programm – mit monatlichen Terminen zu außergewöhnlichen Unternehmen und Produkten, mit Bezug zu Tradition und Innovation sowie zu Kultur und Wirtschaft.

Marketing-Club Bergisch Land e.V.
Beethovenstr. 18 a / 42115 Wuppertal
Telefon 0202 / 6 93 94 96
Telefax 0202 / 6 93 94 95
www.marketingclub-bergischland.de
info@mc-bl.de

Pressekontakt:

Thomas Kappler
heinrich & kappler – agentur für kommunikation
Uellendahler Str. 353 / 42109 Wuppertal
Tel. +49 (0) 202 - 97 63 83-33
pr@mc-bl.de

MARKETING-CLUB
BERGISCH LAND E.V.

LEITUNG CLUBSEKRETARIAT:
GUDRUN JAROSCH

GESCHÄFTSSTELLE:
BEETHOVENSTR. 18 a
42115 WUPPERTAL
TELEFON 0202 / 6 93 94 96
TELEFAX 0202 / 6 93 94 95

BANKVERBINDUNG:
STADTSPARKASSE WUPPERTAL
BLZ 330 500 00
KONTO-Nr. 960120

STEUER-NR.: 132 5907-0197
FINANZAMT WUPPERTAL-ELBERFELD

info@mc-bl.de
WWW.MC-BERGISCHLAND.DE

PRÄSIDENT:
DIPL. ING. VOK DAMS

GESCHÄFTSFÜHRENDE VORSTAND:
DR. ANDREAS KLETZANDER

MARKETING
STEFAN HEINZ

WISSENSCHAFT, FORSCHUNG, LEHRE
PROF. DR. TOBIAS LANGNER

PROGRAMM
DIPL.-ÖK. SILKE ASBECK

SCHATZMEISTER:
DIPL. KFM. NORBERT BRENKEN

MITGLIEDER/JUNIOREN
Dipl. ÖK. BETTINA HOPPMANN