

Ausgabe 3 / 2011

MEL
PremiumClub
2011

MITGLIEDERMAGAZIN

SONDERAUSGABE

Unternehmerkongress Köln...
ein Riesenerfolg!

LANCÔME
PARIS

HR HELENA
RUBINSTEIN

BIOtherm

YVES SAINT LAURENT

cacharel

VIKTOR & ROLF

GIORGIO ARMANI

DIESEL®

RALPH LAUREN

Guy Laroche
PARIS

Paloma Picasso
PARFUMS





INHALTSVERZEICHNIS

- | | |
|---|---|
| <p>3 Grusswort
Søren Hagh</p> <p>4 MEL Geschäftsbericht 2011
Hildegard Bayerschmidt</p> <p>6 Gemeinsam in eine noch erfolgreichere Zukunft: MEL und L'Oréal Luxe
Rolf Sigmund</p> <p>7 Gesprächsmöglichkeiten mit Geschäftsleitungen, Vertrieb und Logistik
Peter Erdmann</p> <p>8 JUK Geschäftsbericht
Petra Erdmann-Thon</p> <p>9 Workshop Patientenverfügung und andere Vorsorgemöglichkeiten für Unfall, Krankheit und Alter
Michael Bastian</p> <p>10 Workshop Category Management
Karin Schmidt</p> <p>11 Workshop Cross Selling oder „Darf's ein bisschen mehr sein?“
Nicole Pietruschka</p> | <p>12 Vortrag und Workshop von Dr. Bittner: Neue Strategien für Bestleistungen unter Druck im Alltag
Gudrun Kirchner</p> <p>13 Stadtführung „Köln historisch“
Judith Lang</p> <p>13 Brauhaus-Tour
Catina Jäkel</p> <p>14 Abend im Brauhaus „Früh“
Iris Schwarztman</p> <p>16 Festlicher Abschlussabend im EXPO XXI am Gladbacher Wall
Theresia Griebel</p> <p>18 Zu Besuch im Logistikzentrum Kaarst
Christian Sadrozinski</p> <p>20 Ausblick 2012
Hildegard Bayerschmidt</p> <p>22 Evaluation Unternehmerkongress Köln
Theresia Griebel</p> <p>23 Gruppenfoto</p> <p>24 MEL Mitglieder</p> |
|---|---|



GRUSSWORT

Søren Hagh
Geschäftsführer Lancôme

Liebe MEL Mitglieder,

geht es Ihnen auch so wie mir? Unser Kongress in Köln liegt zwar schon rund 6 Wochen zurück, aber die gute Laune, der Schwung und die positive Energie, die die Mitgliederversammlung geprägt haben, die beflügeln mich noch immer.

Es ist ein ganz besonderer Geist, der diese Veranstaltung ausmacht, und der dazu führt, dass ich mich ein bisschen wie auf einem Familientreffen gefühlt habe.

Ich bin sehr glücklich darüber, dass Sie der Marke und auch mir Ihr Vertrauen geschenkt und mich in den Kreis der MEL-Familie aufgenommen haben.

Wir haben in diesem Jahr auf unserer gemeinsamen Reise ein gutes Wegstück zurückgelegt. Die MEL hat Stärke gezeigt und bewiesen, dass mit diesem dynamischen Verein auch in Zukunft zu rechnen ist.

Dies zeigt zum Beispiel der Riesenerfolg des Premium-Clubs. Aber auch durch maßgeschneiderte und MEL-exklusive Angebote konnten wir in den vergangenen Monaten Akzente setzen.

Doch alle diese Dinge sind nicht möglich ohne eines: Den kontinuierlichen, offenen und respektvollen Dialog miteinander, der mir am Herzen liegt. Natürlich ist heute noch nicht alles perfekt bei uns. Aber nur wenn wir miteinander reden, werden wir Möglichkeiten und Lösungen finden, um uns zu verbessern.

Apropos reden: Darf ich Sie um einen Gefallen bitten? Sprechen Sie doch mit Ihren Kollegen, die in diesem Jahr nicht bei der Jahrestagung mit dabei waren und werden Sie zum MEL-Botschafter. Ich würde mich besonders freuen, 2012 noch mehr von Ihnen begrüßen zu dürfen.

Nun bleibt mir nur noch, Ihnen eine erfolgreiche und umsatzstarke Weihnachtszeit zu wünschen und einen gesunden Start in das Neue Jahr, in dem wir uns hoffentlich bald wiedersehen!

Ihr Søren Hagh



IMPRESSUM MEL PremiumClub 2011 • Mitgliedermagazin 03 / 2011

Herausgeber:
L'Oréal Deutschland GmbH
L'Oréal Luxe
Siemensstrasse 6
41564 Kaarst

Redaktion: Dieter Dernen
Layout & Grafik: yulydesign,
E-Mail: julia@yulydesign.de

Fotos: Christian Kümmeth,
Bad Neustadt; Petra Erdmann-Thon,
Schorndorf; Herman Gueldenhaupt,
Kaarst

Produktion: Druckerei ODV
Thomas Engels
Oppelner Straße 6
41199 Mönchengladbach



Geschäftsbericht 2011

Hildegard Bayerschmidt
1. Vorsitzende MEL e.V.

Stark-Erfolgreich-MEL,

dies ist das Motto der diesjährigen Jahrestagung, zu der ich Sie alle sehr herzlich im Gürzenich, der auf eine 550jährige Geschichte zurückblickt, begrüße.

An diesem traditionsreichen Ort beginnen wir die MEL Tagung 2011.

Seit der 1. Beiratssitzung am 17.06.2010 in Dresden ist viel passiert. Besonders der Mitgliederstand hat sich äußerst positiv entwickelt, was auf die gänzlich neuen Möglichkeiten des PremiumClubs und den persönlichen Einsatz von Herrn Dernen zurückzuführen ist. Der Mitgliederstand beträgt inzwischen 350 Mitglieder, drei Fördermitglieder und drei Ehrenmitglieder.

An dieser Stelle möchte ich mich bei den Kolleginnen und Kollegen bedanken, die dem MEL schon Jahre, bzw. Jahrzehnte die Treue halten. Ebenso denjenigen, die aus- gestiegen und jetzt aufgrund der wesentlich verbesserten Bedingungen wieder zurückgekommen sind. Und Allen, die sich ganz neu auf den MEL einlassen. Der MEL hat innerhalb eines Jahres 124 neue Mitglieder gewinnen können. Vier davon sind heute hier: Frau Voigt aus Niebüll, Frau Hülfert aus Friedberg, Herr Friedrichs aus Bremen und Herr Ende aus Sandhausen. Herzlich Willkommen in Köln.

Ich möchte Sie nun gerne durch die letzten 16 Monate führen. Wir alle von Vorstand und Beirat haben für Sie unser Bestes gegeben. Für jede BeautyPowerAktion haben wir gekämpft, um Ihnen ein besonderes Angebot präsentieren zu können.

Gestartet sind wir in das neue MEL-Jahr sofort mit großen Herausforderungen. Lieferverzögerungen bei Azur Coffret und den Polo Lauren Taschen. Aufgrund von Teillieferungen aus Frankreich musste für die abgesprochene Promotion Douglas vor dem privaten Fachhandel mit den Coffrets beliefert werden, was zu etlichen Telefonaten geführt hat. Zeitgleich sind die Polo Taschen der Duftaktion nicht gekommen. Wir konnten erreichen, dass bei der nächsten Auslieferung die MEL-Mitglieder bevorzugt behandelt wurden.

Im August folgte der nächste Engpass. Die BeautyPower-Aktion – Biotherm Gesichtspflege kaufen, Lippenpflege als Geschenk, war ein absoluter Erfolg. Die Aktion ist bei uns allen viel zu gut angekommen, 1687 Lippenpflegen haben gefehlt. Biotherm hat dies durch kleine Geschenktäschchen wieder ausgeglichen, die dann hoffentlich an alle fehlenden als Ausgleich geschickt wurden. Sie können sicher sein, dass der damalige Vertriebsdirektor, Herr Köthe, sich

unbequemen Fragen stellen musste. Möchte Biotherm überhaupt an MEL-Aktionen beteiligt sein? Sieht er darin eine Notwendigkeit? Wie und was für konkrete Informationen erhält der Außendienst? Der Spiegel wurde vorgehalten und Biotherm hat wohl gelernt.

Die BeautyPowerAktionen sind immer besser, als normale Angebote an alle anderen Kunden. Sie sind bei Ihnen und auch bei den Endverbrauchern sehr gut angekommen. Was mich persönlich auch begeistert hat, waren die Genifique Sets für 9.95€, die es zweimal exklusiv beim MEL und den Fachhändlern gab.

Gerade sind wir dabei, die BeautyPowerAktionen auf neue Füße zu stellen. Es wird zusätzlich andere, neue Möglichkeiten für Aktionen geben, lassen Sie sich überraschen!

Parallel ist der MEL Premium Club voller Power gestartet und wird auch weiterhin voller Elan betreut. Drei Mitglieder- magazine sind inzwischen erschienen, Informationen über Club und Aktionen sind im Internetportal zu finden. Nachdem dem MEL die Kabine sehr am Herzen liegt, freuen wir uns außerordentlich, dass Sie aus den 30 wichtigsten Kabinenutensilien Ihre Favoriten bestellen können. Ohne Kosten verfeinern Sie damit sicherlich Ihr Kosmetikinstitut.

Frau Schoof und Herr Dernen sind auch weiterhin Ihr persönlicher Ansprechpartner, um bei Fragen zu helfen. Bitte denken Sie daran, Ende Dezember verfallen all Ihre Punkte. Lösen Sie diese bitte unbedingt ein, um von den Leistungen zu profitieren. Sie haben es sich mit Umsatz verdient. Es macht Freude, damit zu arbeiten oder Kunden zu überraschen.

Eine weitere wichtige Plattform für den Dialog zwischen MEL und Lancôme ist MEL on Tour. Die Herren Hagh, Loewen, Sandner und Dernen haben sich direkt Ihren Fragen, Wünschen und auch Ihrer Kritik in Osnabrück, Darmstadt, Köln, Stuttgart, Leipzig und München gestellt. Denken Sie daran, welchem Geschäftsführer in unserer Branche ist das alles wichtig, wer hört sich wirklich an der Basis um und verändert auch etwas?



Zusätzlich wurde allen Teilnehmern an dem Abend ein neues, hochinteressantes Werkzeug an die Hand gegeben, Category Management. Hier in Köln gibt es die Fortsetzung zu diesem Thema. Dazu wurde von Lancôme exklusiv für den Privathandel die Probenbox, sowie Ankerpunkte im Regal als Unterstützung geschaffen. Innerhalb des Category Management gibt es viele Punkte, die einfach umzusetzen sind und uns wirklich helfen, uns von den Ketten und Preistreibern zu differenzieren. Nutzen Sie die Möglichkeiten. All dies lässt sich genau auf Ihr Geschäft zuschneiden.

Wir können nur über Werte Kunden und Umsatz gewinnen. CM bietet Individualität für jeden einzelnen MEL Kollegen. Sie können damit Ihre Wertschöpfungskette neu ausrichten und zur MARKE werden. Nützen Sie es!

Immer wieder wurden wir dieses Jahr mit der Lieferzeit konfrontiert und es wurde von Lancôme versprochen, dass es zum Jahresende bzw. Frühjahr spürbar besser wird. Viel Verständnis war auch gerade bei mir dafür nicht mehr vorhanden. Daher war es ein persönlicher Wunsch, dass Logistikzentrum zu besichtigen. Wir haben dort eine Sitzung abgehalten, um die Situation besser beurteilen zu können. Das Verständnis dafür ist gewachsen, parallel dazu auch die große Hoffnung auf Verbesserungen. Ich freue mich sehr, dass am Mittwochmorgen 30 Personen diese Möglichkeiten zu einer Besichtigung in Kaarst nutzen. Wir beobachten das Thema Logistik weiterhin sehr genau. Die Ware pünktlich im Geschäft zu haben, ist wichtig für unseren Erfolg.

Es ist Ihnen dieses Jahr bestimmt aufgefallen, dass es einige Produkte nur für den privaten Fachhandel gibt. Wie auch jetzt den Duft L'Absolu Désir EXKLUSIV für den MEL. Ein Umdenken bei Lancôme macht sich bemerkbar. Allein die Pflegesets mit einer Original Augencreme als Geschenk waren ein toller Erfolg bei den Kunden. Zusätzlich wurde bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine wesentlich positivere Einstellung bemerkbar. Sie konnten einen besonderen Mehrwert Ihrer Kundin schenken.

Ein großes Anliegen haben wir an die Geschäftsführer hier im Saal. Tragen Sie die Ideen des MEL weiter an Ihre Konzernkollegen. Erzählen Sie die Erfolgsgeschichte des MEL, wie viel man mit dem privaten Fachhandel erreichen kann. Gerade wenn man ehrlich ist und eine professionelle Unterstützung gibt. WIR setzten Anregungen auch um und geben es in Form von Umsatz zurück. Viele Ihrer Kollegen schauen nur auf Douglas und Müller, erweitern Sie deren Blick, das hilft dem gesamten Privathandel und letztendlich auch der Industrie! WIR hier machen die Vielfalt aus und halten auch kleinere Premiummarken am Leben. Erinnern Sie sich daran, bestimmte Sortimentsbereiche funktionieren im Privathandel wesentlich besser.

WIR lernen gerne von den Besten und profitieren davon, somit wird immer eine Win/Win Situation entstehen. Der MEL ist eine Marke und mit 350 Mitgliedern eine wichtige Größe im privatgeführten Parfümeriehandel. WIR nehmen gerne die Vorteilsangebote an, die die Industrie uns bietet.

Es gibt viele Gründe nicht zum MEL oder zur Tagung zu kommen, jedoch EINEN wichtigen zu kommen. Das Forum hier und der intensive Austausch mit Kollegen und Industrie für Ihren Erfolg und unsere gemeinsame Leidenschaft für den schönsten Beruf der Welt!

Lassen Sie uns alle von der Stärke des neuen MEL profitieren!

Herzliche Grüße,

Hildegard Bayerschmidt



GEMEINSAM IN EINE NOCH ERFOLGREICHERE ZUKUNFT: MEL UND L'ORÉAL LUXE



Rolf Sigmund,
Geschäftsführer L'Oréal Luxe

Zufriedene, strahlende Gesichter auf allen Seiten: Kein Wunder, denn die Bilanz, die L'Oréal Luxe Geschäftsführer Rolf Sigmund ein Jahr nach dem MEL-Kongress in Dresden 2010 ziehen konnte, war durchweg positiv. Zur Eröffnung der Mitgliederversammlung in Köln war seine Botschaft eindeutig: „Die MEL und der PremiumClub sind für unsere Division enorm wichtig. Das vergangene Jahr hat gezeigt, welches Potenzial die MEL hat und was wir gemeinsam bewegen können. Die Strategie, die Kraft aller Marken von L'Oréal Luxe zu bündeln, ist voll aufgegangen.“

Rolf Sigmund gab in seiner Präsentation zunächst einen Überblick über den selektiven Kosmetikmarkt, der sich als krisenfest bewiesen hat und momentan stärker als der Massenmarkt wächst. Er stellte die Stärke seiner Marken in den Segmenten Duft, Pflege und Make-up im Kontext der Mitbewerber ebenso anschaulich dar, wie auch die klare Marktführerschaft der L'Oréal Luxe Division.

Doch was waren die Faktoren, die zu dem „MEL-Boom“ der vergangenen Monate geführt haben? „Wie haben uns ganz konsequent auf den privaten Fachhandel fokussiert und einen Aktionsplan umgesetzt, um ihn noch besser zu unterstützen. Sei es mit der Verstärkung des Außendienstes bei Lancôme, sei es durch exklusive Angebote oder durch spezielle Beauty Power Aktivitäten. Dazu kam eine große Premiere: Zum ersten Mal haben wir alle Marken von L'Oréal Luxe in diese Aktivitäten mit einbezogen, um besonders attraktive Zugaben und interessante Konditionen zu ermöglichen“, erklärte Rolf Sigmund.

Ein weiteres Highlight und Schlüssel zum Erfolg war die Gründung des Premium Clubs. Über dieses Online Portal konnten die MEL-Mitglieder Punkte sammeln, die dann beispielsweise in Sachprämien, Duft- und Schminkeinsätze

oder Testmuster der verschiedenen Marken eingetauscht wurden. Der Erfolg ließ nicht lange auf sich warten: Seit Start des Premium Clubs gelang es der MEL nicht nur, 133 neue Mitglieder zu gewinnen, was einem Plus von 57% entsprach. Auch die Umsatzentwicklung rundete das positive Bild ab: Lagen die Privatkunden bei +1,9%, konnten sich MEL Mitglieder über +5,4% freuen.

Zum Schluss bedankte sich Rolf Sigmund für die gute Zusammenarbeit und appellierte an alle Anwesenden, die Erfolgsgeschichte der MEL weiterzutragen und neue Mitglieder zu rekrutieren.

Sein Ausblick für die nächsten Monate? „Wir wollen die Zusammenarbeit mit Ihnen weiter intensivieren und den PremiumClub noch attraktiver gestalten. Unser Ziel ist es, die Sell-out Aktivitäten zu steigern. Außerdem sollten wir über die Einbeziehung des Verkaufspersonals der MEL-Mitglieder nachdenken. MEL und L'Oréal Luxe, das ist eine starke und erfolgreiche Gemeinschaft und ich freue mich darauf, mit Ihnen noch einen Schritt weiter zu gehen.“



Peter Erdmann,
MEL-Beirat

GESPRÄCHSMÖGLICHKEITEN MIT GESCHÄFTSLEITUNGEN, VERTRIEB UND LOGISTIK

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

Viele MEL-Mitglieder sind zusätzlich zu Lancôme für die anderen Marken der L'Oréal Luxusprodukte autorisiert. Durch den MEL-Premiumclub wurde diese Anzahl gewaltig gesteigert, da, neben Lancôme, zwei weitere Marken die Voraussetzung für die Teilnahme am Club sind. Dazu kommt die Ausweitung auf Produkte der weiteren Marken bei den Beauty-Power-Aktionen.

Dies ist eine sinnvolle Ergänzung mit namhaften und hervorragenden Produkten, sowie der Möglichkeit das Premiumclub-Punktekonto zu füllen. Es gibt auf allen Seiten nur Gewinner! Bei Fragen, Problemen und Wünschen die Lancôme betreffen, können sich alle MEL-Mitglieder an Vorstand und Beirat wenden und zusätzlich auf der Jahrestagung und „MEL on Tour“ direkt den Kontakt mit der Geschäftsleitung suchen.

Bei Fragen zu den anderen Marken wurde nun erstmals der Gesprächsaustausch mit allen Vertriebsdirektoren und den Geschäftsleitern angeboten.

Den anwesenden MEL-Mitgliedern standen deshalb am Dienstagnachmittag für Lancôme: Søren Hagh und Christian Köthe, für Biotherm und Helena Rubinstein: Werner Hirschi und Alexander Freier, für Designer Brands und Yves Saint Laurent Vera Breuer und Mario Bläser zur Verfügung. Dazu noch Dieter Dernen für den PremiumClub und Michael Dombrowski für alle Fragen zur Logistik und Koordination der Luxusprodukte.

Viele Fragen und Probleme konnten angesprochen, vieles auch gleich geklärt werden. Ich finde dieses Gesprächsangebot eine tolle Gelegenheit zur Verbesserung und Vertiefung der Geschäftsbeziehungen. Wo gibt es etwas Vergleichbares? Welche andere Firma stellt sich so dem Gespräch mit dem Kunden?

Wir, Vorstand und Beirat, wünschen uns dies als ständigen Programmpunkt auf jeder Jahrestagung.

Peter Erdmann

KONTAKTDATEN

Mittelstandsempfehlung
Lancôme e.V.
Godesberger Strasse 24a
53639 Königswinter
Fon: 02223 / 700 273
Fax: 02223 / 700 274
Email: m-e-l@t-online.de

Petra Erdmann-Thon
Joh.-Phil.-Palm-Str.9
73614 Schorndorf
Fon: 07181 / 939 11 0
Fax: 07181 / 939 11 30
info@parfuemerie-erdmann.de



Petra Erdmann-Thon

JUK GESCHÄFTSBERICHT

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

Dieses Jahr haben die Jungunternehmer ihre Tagung wieder im Vorfeld zur Jahrestagung gemacht. Matthias Häuser hat sich noch einmal bereit erklärt, mit uns einen Workshop durchzuführen.

Dieses Mal hatten wir Kalt-Akquise und Beziehungsaufbau zum Kunden als Thema. Wir haben gelernt, wie man mit einer gezielten Fragetechnik den Kunden besser kennen- und einschätzen lernt. Man muss wie ein Busfahrer den Kunden führen, um ihn gezielt beraten zu können. Als Berater merkt man dann auch ziemlich schnell, ob der Kunde ein Fremd- oder Eigenentscheider ist.

Beide Themen sind sehr praxisnah und für jeden interessant. Dafür möchte ich mich bei Matthias ganz herzlich bedanken. Ich denke, es hat allen Teilnehmern großen Spaß gemacht und wir nehmen viel davon mit nach Hause.

Unser Event hat uns dieses Jahr nach Kerpen geführt, wo wir einen heißen Reifen auf der Kart-Bahn von Michael Schumacher gedreht haben. Wie die Profis wurde erst eine Qualifikation durchgeführt und danach sind wir ein Rennen gefahren. Wir wurden nach einem Warm-Up in der entsprechenden Reihenfolge auf den Startplätzen eingewiesen und das Rennen konnte beginnen. Das Feld wurde abwechselnd von Max und Matthias Häuser angeführt. Sie schenken sich nichts. Am Ende bekam jeder Teilnehmer

auch eine Auswertung von seinem Rennen. Daran konnte man genau erkennen, welche Durchschnittsgeschwindigkeit jeder hatte, wer die schnellste Runde gefahren ist und wann einen die Kräfte verlassen haben. Denn anstrengend war es für jeden, aber es war ein tolles Erlebnis. Jeder hat seine eigenen Grenzen erfahren und manch Einer hat sich selbst übertroffen.

Nun komme ich eigentlich schon zum Schluss meines Berichtes. Eine Bitte habe ich allerdings noch an sie alle:

Wenn sie zu Hause in ihrem Betrieb junge, engagierte Unternehmer haben, die mit uns etwas lernen, vielleicht auch mit organisieren und Spaß haben wollen, dann melden sie sich bei mir. Meine Kontaktdaten stehen in jedem Magazin der MEL oder sie sprechen mich in den nächsten zwei Tagen darauf an.

Wir freuen uns über jedes neues Mitglied!

Herzliche Grüße,

Petra Erdmann-Thon

Petra Erdmann-Thon



Bei dem MEL-Unternehmerkongress 2011 in Köln stellte Michael Bastian Tabuthemen wie Patientenverfügung, Gesundheitsvollmacht, Vorsorgevollmacht, Betreuungsverfügung, Konto- und Depotvollmacht in den Mittelpunkt seiner Workshops.

Patientenverfügung und Vorsorgemöglichkeiten für Unfall, Krankheit und Alter



Workshop von
Michael Bastian

Mit einem Fall eines Kollegen aus der Praxis zeigte Bastian die gesamte Problematik auf, wenn der Ehepartner plötzlich wegen fehlender Vollmacht bzw. Verfügung keine Entscheidung treffen kann. Im Workshop wurde den Teilnehmern verdeutlicht, dass entgegen einer weit verbreiteten Ansicht gerade die uns am nächsten stehenden Menschen, wie der Ehepartner oder Lebensgefährte oder die erwachsenen Kinder, im Bedarfsfall nicht rechtsverbindlich für uns entscheiden

oder handeln können, da eine automatische gesetzliche Vertretungsvollmacht von volljährigen Personen durch Angehörige in unserem Rechtssystem nicht vorgesehen ist.

Daher riet er den Teilnehmern sehr eindringlich, für die eigene Zukunft und eine Lebensphase der Entscheidungsunfähigkeit durch Verfügungen schreiben, Vollmachten ausstellen und Verträge abschließen vorzusorgen.

Bastian machte in seinen Workshops klar, dass mit einer Patientenverfügung - eine zivilrechtlich vorsorgliche Willenserklärung - jeder selbst bestimmen kann, was medizinisch unternommen werden soll, wenn er nicht mehr entscheidungsfähig ist. Ist keine Verfügung erlassen, treten an die Stelle seiner eigenen Wertvorstellung zu Lebensqualität, Würde oder humanem Sterben die Mutmaßungen Fremder. Nach dem Patientenverfügungsgesetz von 2009 ist eine schriftliche Patientenverfügung verbindlich. Allerdings ist bei Heilbehandlungen und ärzt-

lichen Eingriffen, denen zugestimmt oder widersprochen werden müssen, dies in der Patientenverfügung konkret zu benennen. Daher sind Patientenverfügungen regelmäßig anzupassen.

Eine Gesundheitsvollmacht oder auch medizinische Patientenanzwaltschaft kann ersatzweise anstelle einer Patientenverfügung treten. Mit der Gesundheitsvollmacht wird geregelt, wer den Willen des Verfügungsgebers vertreten soll. Mit der Vorsorgevollmacht (auch als notarielle Vorsorgevollmacht) bestimmt der Vollmachtgeber einen Bevollmächtigten für den zukünftigen Fall der eigenen Geschäftsunfähigkeit, der für ihn als Stellvertreter handelt, insbesondere bei Vermögensfragen.

Die Betreuungsverfügung wendet sich an das Betreuungsgericht, wer als zu bestellender Betreuer berufen werden soll. Eine Betreuungsverfügung benötigt man nicht zusätzlich zur Vorsorgevollmacht. Sie kommt nur in Frage, wenn eine geeignete Person als Vollmachtnehmer nicht mehr zur Verfügung steht. Die besten Verfügungen und Vollmachten sind nichts wert, wenn sie irgendwo im Verborgenen ihr Dasein fristen. Es ist daher sehr wichtig, dass Ärzte und Pflegeeinrichtungen beispielsweise von einer Patientenverfügung erfahren, damit dem Willen des Patienten Rechnung getragen werden kann.

Anhand von Unterlagen des Humanistischen Verbandes Deutschland (HVD Berlin) erhielten die Teilnehmer konkrete Unterlagen, um Patientenverfügungen, Betreuungsvermachten und / oder Vorsorgevollmachten erstellen zu lassen und wo diese hinterlegt werden können.

Tun Sie was, war die Aufforderung von Michael Bastian an die Teilnehmer der Workshops.



CATEGORY MANAGEMENT

Category Management wird in immer mehr Branchen erfolgsbringend eingesetzt. Der Shopper und seine Bedürfnisse stehen im Fokus, um Verweildauer und Kaufakte vor Ort signifikant zu steigern. Dabei beruhen die Optimierungsschritte auf quantitativen und qualitativen Markt- und Shopperdaten, sowie auf kundenspezifischen Umsatz- und Flächendaten.

Workshop von Karin Schmidt, Category Manager L'Oréal Luxe

Ziel des MEL-Workshops war es, Einblicke in die Grundlagen des Category Managements zu geben und Potentiale für den inhabergeführten Parfümerie-Fachhandel aufzuzeigen. Einen Blick über den Tellerrand ermöglichte dabei der Vortrag von Volker Middelanis, Senior Consultant der GS1 Germany. Die aufgezeigten Praxisbeispiele aus dem Büro- und Schreibwarenhandel mit seiner ebenfalls stark inhabergeführten Händlerstruktur verdeutlichten, wie gewinnbringend Category Management bereits in anderen Branchen eingesetzt wird.

Der anschließende Vortrag von Karin Schmidt, Category Manager für den Bereich L'Oréal Luxe, konzentrierte sich auf die Parfümerie und die Shopper von Luxuskosmetik. Dabei stand die Gesichtspflege als Kern-Kategorie der Marke Lancôme im Fokus. Anhand intensiver Analysen der Marktzahlen und einer breit angelegten Gesichtspflege-Shopperstudie konnten wesentliche Einblicke in die Bedürfnisse, Erwartungen und Kaufgewohnheiten der Kernzielgruppe gegeben werden.

In einem weiteren Schritt wurden spezifische Werkzeuge vorgestellt, die es jedem Inhaber ermöglichen, seine Parfümerie selbstständig unter den Aspekten von Category Management zu optimieren. Hierbei wurden die bereits auf der MEL-On-TOUR vorgestellten Werkzeuge erklärt (Regalspiegel, Sortiment, Atmosphäre) und ein weiterführendes Werkzeug vorgestellt (Platzierung und Nachbarschaften).

Im Rahmen der sich anschließenden, lebhaften Diskussionen konnte man erkennen, dass Category Management als relevanter und umsatzsteigernder Optimierungsansatz in unserer Branche auf immer mehr Interesse stößt. Es würde uns freuen, wenn der Workshop und die erarbeiteten Werkzeuge unseren Kunden helfen, einen neu geschärften und shopper-orientierten Blick auf ihre Parfümerie zu werfen. Der Shopper wird es Ihnen danken.

Bei Fragen und weiterem Informationsbedarf wenden Sie sich bitte gerne an Karin Schmidt.



Die Arbeitsblätter können sie bei Interesse per Mail anfordern: kschmidt@de.loreal.com



CROSS SELLING oder „Darf's ein bisschen mehr sein?“



*Workshop von
Nicole Pietruschka,
Trainingsdirektorin Lancôme*

„Die“ fünf goldenen Regeln für den schnellen Zusatzverkauf, die zu 100% erfolgreich sind, gibt es nicht – diese Illusion musste Nicole Pietruschka den Teilnehmern gleich zu Anfang ihres Workshops nehmen.

Aber dafür hatte sie eine Menge umsetzbarer Tipps und wichtiger Denkanstöße zu bieten, die sie ihnen mit auf den Weg gab.

Doch zunächst einmal gab es viele praktische Übungen, die zum Beispiel das Bewusstsein dafür wecken sollten, in welchem „Status“ sich die Kundin oder die Verkäuferin befindet. Das bedeutete, ein Gespür dafür zu entwickeln, wer die überlegene bzw. die untergeordnete Rolle in einem Verkaufsgespräch ausfüllt.

Denn: Am erfolgreichsten funktioniert der Verkauf, wenn sich beide auf einer gemeinsamen Ebene treffen – das war unisono das Feedback aller Beteiligten.

Die Gruppe tauschte sich angeregt über die Eigenschaften aus, die eine gute Mitarbeiterin auszeichnen und darüber, wie man ihr Selbstbewusstsein stärken kann.

Zu guter Letzt präsentierte Nicole Pietruschka noch eine Abverkaufs-Geheimwaffe, die speziell auf den serviceorientierten Fachhandel zugeschnitten ist: Das AURA-Ritual für noch mehr Ausstrahlung in zwei Minuten. Die Grundidee? Wie kann ich Génifique, Teint Miracle, Hypnose Mascara und L'Absolu Rouge so miteinander kombinieren, dass die Kundin neugierig wird und innerhalb von nur zwei Minuten begeistert ist.

Als kleine Gedankenstütze bekam jeder Teilnehmer das AURA-Ritual, abgebildet im Visitenkartenformat, mit, das regen Absatz fand und nun sicherlich seinen Platz in vielen Beratungsgürteln finden wird.



Das Aura Ritual – Bringen Sie Ihre Haut zum Strahlen in nur zwei Minuten!



NEUE STRATEGIEN FÜR BESTLEISTUNG UNTER DRUCK IM ALLTAG

Vortrag und Workshop von Dr. Gerhard Bittner
Text von Gudrun Kirchner

Dr. Gerhard Bittner zeigte uns auf, dass tägliche Belastungen viel schädlicher sind als wir jemals dachten. Messungen belegen, dass bereits kleine Ärgernisse, kurze Aufregungen, ein kurzer Streit, negative Bemerkungen, Gedanken an negative Dinge und Ereignisse, Sorgen und Probleme usw. starke Belastungen und Schädigungen im Körper auslösen.

Negative Gedanken und Emotionen machen krank (Burnout, Bluthochdruck, Allergien, Herzinfarkt, Diabetes, Krebs...) Das ist heute bewiesen. In der neuromentalen Medizin ist zum ersten Mal valide messbar: Wie unser Körper in Zehntelsekunden auf negative Eindrücke reagiert.

Dr. Gerhard Bittner regte in seinem sehr motivierenden Vortrag zum Nachdenken an, wie wichtig es ist, den Problemen des Alltags bewusst positiv zu begegnen.

Im Workshop wurden die Inhalte des Vortrags von Herrn Dr. Gerhard Bittner anschaulich vertieft.

Das wichtigste Ziel der neuen mentalen Methode ist die Veränderung von Denkweisen und Einstellungen, die Belastung im Körper erzeugen.

- Es gibt keinen positiven Stress: Belastung ist Belastung
- Belastungen sind der Risikofaktor Nr.1
- Erzähle keine negativen Dinge
- Überbringer negativer Nachrichten schadet sich und den Anderen
- Geteiltes Problem ist doppeltes Problem
- Die Lösung beendet das Problem
- Geteilte Lösung tut beiden gut

Die Lösung schützt meine Gesundheit.

Mit dieser Denkweise erreicht man auf die Dauer eine bessere Gesundheit und eine höhere Lebensqualität.



STADTFÜHRUNG „KÖLN HISTORISCH“

Judith Lang, MEL Beirat

Zusammen mit unserem Stadtführer starteten wir bei strahlend schönem Herbstwetter unseren Stadtspaziergang. Die Stimmung war bestens und wir waren neugierig: „Was wird uns wohl erwarten? Jahreszahlen, Namen von Bischöfen und Kaisern, trockene Geschichte...?“

Weit gefehlt! Wir entdeckten mitten in Köln, umgeben von hunderten von Menschen, die begeistert die Läufer des Kölner Stadtmarathons anfeuert, Wege und Strassen, die schon vor ca. 2000 Jahren von Römern in ähnlicher Weise geplant und genutzt wurden wie heute. Normalerweise ist uns nicht bewusst, dass man gerade über eine Straße flaniert, auf der schon römische Legionäre und streitbare Germanen hinwegschritten!

Viele kurzweilige Geschichten begleiteten uns vom Kölner Dom, über die jüdischen Siedlungsausgrabungen, dem jahrhundertealten Handelshaus Gürzenich bis zu unserem

Ziel, dem schönen Café Stanton mitten in der Fußgängerzone. Unsere Gruppe erreichte das Café als erste, denn die zweite Gruppe wurde sicherlich durch das eine oder andere „Kölsch“ während ihrer Brauhaus Tour aufgehalten!

So konnten wir genüsslich das große Kuchenbuffet stürmen und uns bei einer leckeren Tasse Kaffee stärken.

Mir persönlich bleibt vor allem die vergnügliche Stimmung und die netten Gespräche während unserer Stadttour in Erinnerung und ich freue mich schon auf ein Wiedersehen bei unserem nächsten MEL Event 2012!

BRAUHAUS-TOUR

Treffpunkt Hotel, pünktlich 14.00 Uhr mit 16 Teilnehmern sind wir von einem lustigen Brauhausführer empfangen worden und gleich losgelaufen. Nachdem wir einige Hürden in Form von Sperrungen durch den Köln-Marathon umlaufen hatten, landeten wir in dem ersten Brauhaus „Früh“.



Catina Jäkel, MEL Beirat

Wir gingen in den Kellerbereich und haben es uns gemütlich gemacht. Sofort wurde uns ein Kölsch vom Köbes (Kellner) serviert.

Obwohl ich doch eigentlich gar kein Bier trinke, muss ich gestehen, dass mir dieses Bier in einem femininen Bierglas und nicht so bitter gut geschmeckt hat. Unser Brauhausführer (im richtigen Leben von Beruf Lehrer) erzählte uns viel Interessantes.

Toll fand ich, dass dieses Brauhaus über 1200 Plätze verfügt und schon über 100 Jahre existiert. Zwischen dem ersten und zweiten Kölsch gab es einen „kölschen Halven Hahn“, übersetzt Brötchen mit Käse.

Gut gelaunt und leicht angeschwipst wanderten wir weiter zum nächsten Brauhaus – „Peters Kölsch“. Nachdem wir nun unser drittes Glas Kölsch erhielten, erzählte uns der Brauhausführer, dass in diesem Brauhaus die Jahresproduktion heute bei 20.000 Hektolitern liegt. Wahnsinn!

So, auf zum nächsten Brauhaus, nämlich zum „Päffgen“. Eigentlich hat ja jedes Brauhaus seine eigene „Handschrift“. Und das zeichnet es ja aus. In dem Brauhaus Päffgen standen wir im hinteren Eingang, wie immer, mit einem Kölsch in der Hand. Nachdem ich von den vielen Informationen unseres Führers gegen Ende der Tour nur noch die Hälfte aufnahm, beobachtete ich einen Köbes.

Genau wie unser Brauhausführer uns die Menschen in Köln beschrieben hatte, nämlich direkt, offen, lustig und scheinbar tolerant. So konnte ich dies live miterleben und hatte leichte Schwierigkeiten, die Mentalität der Kölner zu verstehen. Diese hat historische Gründe – alles gut.

Trotzdem war es ein gelungener Nachmittag und wie Sie gelesen haben, auch erlebnisreich und berichtenswert.





Iris Schwardtmann,
MEL Vorstand

ABEND IM BRAUHAUS „FRÜH“

Am Montagabend gingen wir zu Fuß in die Kölner Altstadt. Ziel war der Wappensaal des traditionsreichen Kölsch-Brauhauses „Früh“ direkt am Kölner Dom. In der gemütlichen und entspannten Atmosphäre entwickelten sich zwischen den Mitgliedern, Referenten und Mitarbeitern von L'Oréal viele interessante Gespräche über die tagsüber stattgefundenen Vorträge und Präsentationen. Viele neue Bekanntschaften sorgten für eine ungezwungene Stimmung.

Die typisch Kölschen Tapas, knuspriger Schweinebraten mit allerlei Beilagen und Bierschaum mit Malzbiersoße zum Dessert sorgten für das leibliche Wohl. Im Mittelpunkt stand selbstverständlich das Früh-Kölsch, das niemals auf den Tischen fehlte. Der Beweis für einen tollen Abend lieferte die Tatsache, dass viele Kollegen lange im Früh verweilten und nach dem kurzen Rückweg per Pedes abschließend noch die Hotelbar aufsuchten.

Seit über 100 Jahren gibt es Früh Kölsch. Das sind über 100 Jahre Braukultur einer mehr als 100jährigen Familientradition, denn das Unternehmen wird heute in der fünften Generation des Gründers Peter Josef Früh geführt.

Angefangen hat alles 1895 in der Apostelnstraße 19 mit einer Hausbrauerei. Kurz nach der Jahrhundertwende eröffnete Peter Josef Früh sein neues obergäriges Brauhaus im ehemaligen „Central Theater“, das heutige Früh am Dom.

Inzwischen gibt es neben dem traditionellen Brauhaus die Feinkosttheke Früh am Dom und das Eden Hotel Früh am Dom mit dem dazugehörigen Restaurant Hof 18.

Am nördlichen Stadtrand von Köln steht die hochmoderne Kölschbrauerei, durch deren Sudkessel jährlich etwa 400.000 Hektoliter Früh Kölsch fließen. Aus einer Hausbrauerei im Herzen Kölns ist eine der bedeutendsten, modernsten Kölsch-Brauereien geworden, in der mehr als 360 Mitarbeiter tätig sind.

Ein Kölsch ist ein Kölsch ist ein Kölsch...

Was ist eigentlich das besondere am Kölsch? Einige Mitglieder konnten sich bei der Brauhaus-Tour durch Köln darüber bestens informieren. Hier in kurzen Worten:

Die Kölsch-Konvention benennt exakt die Voraussetzungen, bis ein Bier sich „Kölsch“ nennen darf. Demnach ist Kölsch: ein nach dem Reinheitsgebot hergestelltes, hochvergores, hopfenbetontes, blankes (also gefiltert und klar) obergäriges Vollbier.

Und so ein Kölsch schmeckt richtig lecker!

Iris Schwardtmann





Theresia Griebel,
MEL Vorstand

Festlicher Abschlussabend im EXPO XXI am Gladbacher Wall

Den Abschluss des MEL Unternehmerkongresses in Köln 2011 bildete wieder ein gelungener Abend in einem beeindruckenden Ambiente. Der Abschlussabend fand im EXPO XXI am Gladbacher Wall statt – einer Eventlocation für Messen, Kongresse und Special Events jeglicher Form.

Vom Hotel Pullman Cologne aus fuhren wir per Bus aus der Innenstadt, vorbei an Mehrfamilienhäusern, Richtung Neustadt-Nord. Die Stadt um uns herum wurde immer düsterer und industrieller. Als der Bus stoppte, befanden wir uns mitten im Betriebszentrum der Deutschen Bahn vor einem Backsteingebäude aus der Jahrhundertwende, umgeben von Eisenbahnschienen in Zehnerreihen und in unmittelbarer Nähe von zwei Eisenbahndrehscheiben.

Fackeln und ein hell beleuchteter Eingang zeigten uns den Weg in das Event-Loft mit hohen Rundbögen und architektonischen Feinheiten. So kennen wir die Abendveranstaltungen des MEL: zwei lange elegant eingedeckte Tafeln, sanfte Hintergrundmusik und stimmungsvolle Beleuchtung. Beim Glas Begrüßungssekt und angenehmen Gesprächen mit Kollegen war die düstere Gegend draußen schnell vergessen.

Den offiziellen Teil bildete die Begrüßung mit einem kleinen Resümee der Tagung durch unsere Vorsitzende Hildegard Bayerschmidt. Es gab viel Beifall für die Organisatoren des MEL-Unternehmerkongresses, denen explizit für ihr Engagement gedankt wurde. Die Jungunternehmer hatten ein kleines Gewinnspiel vorbereitet. Knifflige Fragen zum MEL und zu Produkten aus dem Hause L'Oréal Luxusprodukte mussten die Mitglieder lösen. Als Hauptpreis winkte die Reise zur nächsten MEL-Tagung 2012 für eine Person. Aber es gab auch Worte des Abschieds. Herr Dirk Loewen verlässt Lancôme und wird Vertriebsdirektor der L'Oréal Luxusprodukte. Und Michael Bastian – Geschäftsführer des Drogistenverbandes und langjähriger Weggefährte des MEL – zieht sich allmählich aus dem Tagesgeschäft zurück. In seinen Workshops konnte er den MEL-Mitgliedern immer nützliche Informationen zu Arbeitsrecht vermitteln und hatte für die Fragen stets ein offenes Ohr.

Das Essen war ein Gedicht. Spätestens nach der Vorspeise wurden Fragen laut, welchen Sternekoch der MEL für diese Tagung hat einfliegen lassen. Leider wurden diese Wünsche nicht bestätigt, sondern es handelte sich „nur“ um ein exquisites Catering. Extra für diesen Abend wurde eine mobile Küche in einem Nebenraum aufgebaut, in der alle Gänge frisch zubereitet werden konnten. Es war ein Traum!

Der Abend fand seinen krönenden Abschluss mit Musik auf der Tanzfläche oder bei interessanten Gesprächen mit den Firmenvetretern. Mit Musik für Jung und Alt hatte der DJ eine gute Wahl getroffen. Viele MEL-Mitglieder zog es auf die Tanzfläche. Es war eine wundervolle Stimmung und der letzte Bus fuhr wie jedes Jahr viel zu früh. Alles in Allem gab es wieder Grund genug, sich auf den nächsten MEL-Unternehmerkongress 2012 zu freuen.

Theresia Griebel



Detailkommissionierung



Verladezone



Operationsmeeting



Shopper



Logistikzentrum persönlich von links nach rechts:
Bernd Siekmann, Leitung Kommissionierung / Warenausgang
Herman Gueldenhaupt, Leitung Organisation Logistik / Wareneingang
Marieke de Pooter, Supply Chain Director L'Oréal Luxe
Christian Sadrozinski, Leitung Kundenservice
Frank Smith, Lagerleitung

ZU BESUCH IM LOGISTIKZENTRUM KAARST

Text von Christian Sadrozinski

Was passiert eigentlich genau, wenn die Bestellung abgeschickt ist? Geschieht die Kommissionierung vollautomatisch, oder wie viele Menschen arbeiten mit welcher Technologie an den Aufträgen?

Und wo liegen Potenziale, die Logistikketten zwischen Industrie und Fachhandel zu optimieren? 30 Mitglieder der MEL begaben sich bei ihrer Exkursion ins Logistikzentrum von L'ORÉAL Luxe in Kaarst auf die Suche nach Antworten.

Wir haben uns sehr über die Möglichkeit gefreut, 30 MEL-Mitgliedern Einblicke in die Arbeitsweisen im Logistikzentrum Kaarst zu bieten.

Schon während des Small Talks mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Kundenservice kristallisierte sich bald heraus, worauf es die meisten Exkursionsteilnehmer abgesehen hatten: An den Fenstern, die von den Büros aus den Blick hinunter auf das geschäftige Treiben in der 12.000 m² großen Lagerhalle freigeben, bildeten sich spontan Schlangen. Und es sollte auch jeder auf seine Kosten kommen, eine Führung durch alle Bereiche, vom

Wareneingang über die Lagertechnik im Hochregallager mit 5.000 Palettenplätzen bis hin zur Kommissionierung und Warenausgang stand auf dem Programm.

Ob Antriebstechnik der Förderbänder, Übertragung der Auftragsdaten per Datenfunk an die Kommissioniergeräte, Qualitätskontrollen per Barcode-Scannung und zusätzlicher Gewichtskontrolle, bis hin zu den Tiefen mathematischer Logik zur Ermittlung der Kommissioniertouren – jedes Detail wurde vom fachkundigen Publikum ausgeleuchtet. Tenor: die Intensität manueller Handgriffe bei der Kommissionierung hätten viele in dieser Form nicht erwartet.

Tatsächlich ist der Arbeitsschritt des Greifens selber auch mit heutiger Technik nicht wirtschaftlich zu automatisieren. Das liegt zum einen am komplexen Bewegungsablauf und zum anderen an der Vielzahl unterschiedlicher Verpackungsgrößen.

Aber natürlich ist bei einer halben Million Lieferungen für Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz jede Menge moderner Technik im Einsatz, etwa um die Laufwege durch das Kommissionierlager zu optimieren, um die Kommissioniererinnen und Kommissionierer per Display auf ihrem Gerät an das nächste Fach zu führen, um per Barcode-Scannung das korrekte Produkt zu ermitteln, oder um vor dem Versand jedes Paket einer abschließenden Gewichtskontrolle zu unterziehen.

Über die Besichtigung des Lagers hinaus war es uns wichtig zu erklären, woran wir in den letzten Monaten intensiv gearbeitet haben, und welche Schwerpunkte wir in der Zukunft setzen wollen, um die Servicequalität kontinuierlich zu steigern. Im Fokus stehen Maßnahmen für mehr Verlässlichkeit in Bezug auf die Liefertermine. Für reguläre Katalogbestellungen beträgt die Soll-Durchlaufzeit 4 Tage vom Eingang der Bestellung bis zur Anlieferung bei Ihnen. In einer täglichen operativen Besprechung legen alle beteiligten Abteilungen Rechenschaft darüber ab, diese Norm zu erfüllen.

Multi-Marken-Bestellungen für alle L'ORÉAL-Luxe-Marken und ein fester wöchentlicher Anliefertag sind bewährte Mittel, um auch auf Handelsseite einen festen Rhythmus einzuführen, und Arbeitsabläufe, etwa bei der Warenannahme besser planen zu können. Die daraus resultierende Planungssicherheit bietet auch für den Transport Vorteile: Das Transportunternehmen kann sich darauf einstellen und gewährleisten, dass alle Pakete einer Sendung auch innerhalb einer Fahrt zuzustellen.

Im Kundenservice führt der Trend weg vom Abarbeiten von Aufträgen zu einer aktiven Überwachung der Logistikqualität. Wie wäre es, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Kundenservice würden mehr Zeit damit verbringen, Sie über Lieferungen größeren Volumens oder bevorstehender Lancierungen vorab zu informieren, statt Faxe abzutippen? Die Übermittlung von Aufträgen per EDI bietet hierfür eine erprobte, ausgereifte und sichere Technologie.

Mit derartigen Modernisierungsschritten können wir also das Service-Niveau insgesamt anheben. Solche Ansätze partnerschaftlicher Optimierung sind unter dem Begriff „Supply Chain Management“ in aller Munde. Für L'ORÉAL Luxe ist das ausdrücklich nicht ein Konzept nur für Großunternehmen. Im Gegenteil, dahinter steht die Philosophie, die Logistikkette zwischen Lieferant und Handel als gemeinsame Prozesskette zu begreifen, die es gemeinsam zu optimieren gilt.

Und dieses partnerschaftliche Element prädestiniert die MEL, mit L'ORÉAL Luxe gemeinsam voranzugehen.



Airfill



EAN-Scannung



Sorter



Hildegard Bayerschmidt
1. Vorsitzende MEL e.V.

AUSBLICK 2012

**Liebe MEL Mitglieder,
liebe Kolleginnen und Kollegen,**

wir durften eine besondere Tagung mit dem „alten Lancôme-Gefühl“ erleben, dass uns alle durch die Tagung getragen hat.

Auch im intensiven Miteinander mit allen L’Oreal Luxusmarken war dies zu spüren. Zum ersten Mal haben wir, unter dem Dach des Premium Clubs, einen wirklich gemeinsamen Nenner gefunden.

Alle Geschäftsführer der anwesenden Marken haben es direkt und sichtbar erlebt. Besonders auch an dem bewegenden Abschlussabend, an zwei endlos langen, edel weiß gedeckten Tafeln....

Der MEL ist wieder da und die Mitglieder hatten untereinander und mit der Industrie einen regen Austausch, dazu auch Wichtiges zu sagen. Uns Allen wurde aufmerksam zugehört und wir sind auch dabei, Gelerntes umzusetzen.



Ich freue mich auf ein weiteres Jahr dieser tollen Zusammenarbeit mit Vorstand und Beirat und auch auf den offenen und ehrlichen Dialog mit Lancôme und den L’Oreal Luxus Marken.

Jeder bringt sich ein und somit entsteht für uns, dem privaten Fachhandel, wirklich ein neuer „alter“ Weg. Gemeinsam geht es einfacher und leichter...

Wie gerade auch Trendforscherin Li Edelkoort in Ihrem neuesten Trendtendenzen schreibt: „Der extreme Individualismus ist vorbei. Einzelkämpfertum wird von einem neuen Gemeinschaftsgefühl abgelöst, auch im Job. Jeder fügt sich als essentielles Puzzleteil ins größere Ganze ein. Und alle gewinnen.“

Herzlichen Dank für Ihr persönliches Dasein in Köln und ich freue mich sehr, jeden von Ihnen, sowie viele neue Kolleginnen und Kollegen 2012 begrüßen zu dürfen.

Erinnern Sie sich an Category Management. Steuern Sie auch mit diesem Instrument in einen sehr erfolgreichen Jahresabschluss, die Prognosen sind wirklich gut.

Nutzen Sie Ihre Punkte und verwöhnen Sie Ihre Kunden mit Geschenken. Sie werden es Ihnen danken.

Von Herzen alles Gute,

Hildegard Bayerschmidt
mit Vorstand und Beirat

Dankeschön an alle Firmen der L’Oreal Luxusgruppe für die großzügigen Geschenke auf den Zimmern und auf der Tagung für die „Nicht-Übernachtungsgäste“!



Evaluation MEL Unternehmerkongress Köln

Wie würden Sie in Schulnoten* beurteilen...

Die Tagung insgesamt	1,47	Das Tagungshotel „Pullman Cologne“	1,70
Die Organisation	1,27	Die Wahl des Veranstaltungsortes Köln	2,03

Wie würden Sie in Schulnoten* die Workshops und Vorträge beurteilen...

Make Up Artists Lancôme & YSL	1,67	Workshop „Cross Selling“ mit N. Pietruschka	1,81
„Im Dialog“ mit den Vertriebsdirektionen und Geschäftsbereichsleiter der L'Oréal Luxe	1,59	Workshop „Category Management“ mit K. Schmidt	2,00
„Vorsorgemöglichkeiten“ mit M. Bastian	1,75	„Genius Workshop“ mit Dr. G. Bittner	1,10
„MEL PremiumClub“ mit D.Dernen	1,41	Vortrag „Bestleistungen unter Druck im Alltag“ mit Dr. G. Bittner	1,10

Wo soll die nächste MEL-Tagung stattfinden?

Ausland	83%	Deutschland	17%
---------	-----	-------------	-----

UNTERNEHMERKONGRESS KÖLN... EIN RIESENERFOLG!



MEL MITGLIEDER

Monheim GmbH Aachen | **Reinehr** Aachen | **Abens-Parfümerie** Abensberg | **Konstantin Rosopulo** Aichach | **Trudi Hannappel** Alsdorf | **Steinbach** Alsfeld | **Katja Schuck** Alzenau | **Loos Alzer** | **Barbara Summerer** Andernach | **Hickmann** Annaberg-Buchholz | **Peter Fritsch** Ansbach | **Beauty Oaze** Asbach | **Jäger** Aschaffenburg | **Atta-Drogerie** Attendorn | **Aurel-City-Parfümerie** Auerbach | **Eggert** Aumühle | **Iba-Stöbener** Bad Arolsen | **Tanja Hohl** Bad Friedrichshall | **Surmann GmbH** Bad Harzburg | **Walther** Bad Herrenalb | **K. Haag + S.Rink** Bad Königshofen | **Ruth und Christine Acker** Bad Laasphe | **Ruppert GmbH** Bad Mergentheim | **Theresia Griebel** Bad Neustadt | **Weisbecker** Bad Orb | **Maren Bittroff** Bad Salzungen | **Renate Hoppe** Bad Segeberg | **Annegret Nahnsen** Bad Segeberg | **Edelmann** Bad Staffelstein | **Wiedemann GmbH** Bad Tölz | **Dorothea Herzer e.K.** Bad Urach | **Hinker GmbH** Baiersbrunn | **Walther** Balingen | **Kerstin Schwarz** Bargteheide | **Sarah Seider** Baunatal | **Carola Hennig** Bautzen | **Bodo Thiemann** Bautzen | **Schloß-Parfümerie Zimmermann** Bayreuth | **Christian Schulze** Belzig | **P. Scheid** Bensheim | **Reindl KG** Bensheim-Auerbach | **Margit Krüger GmbH** Berlin | **Gabriel Parfümerie** Berlin | **L. Fahrenkrug & Co. GmbH** Berlin | **Fricke** Berlin | **Uwe Harbeck** Berlin | **Theut-Forwerk** Berlin | **Himmer** Berlin | **Stägemann** Berlin | **Berlin Star Beauty Parfümerie** Berlin | **Köhler & Kosmetikstudio GmbH** Bernau | **Eberle** Bernkastel-Kues | **Alfred Wolf GmbH & Co. KG** Bielefeld | **Eggert** Bielefeld-Brackwede | **Ambiana GmbH** Bietigheim | **R. Adrion** Binz Rügen | **Roth** Birkenfeld | **Christa Charlotte GmbH** Blieskastel | **Rothmann Bogen** | **Britta Kraemer** Bohmte | **Vollmar GmbH** Bonn | **Rolf Michel GmbH** Bonn | **Rüdel** Bonn | **Eva Fellner-Guyot** Bopfinger | **Heimes** Boppard | **B. Fischer** Borna | **Erika Tülk GmbH** Bremen | **Zaga-Parfümerie** Bremen | **Dr. W. Faerber** Brühl | **Niendorf GmbH** Bühl | **Bräuer** Burbach | **Somogyi** Buchen | **Ursula Wiegand** Burgwedel | **Renate Steinbach** Buseck | **Zaglauer & Hornung OHG** Dachau | **Vesna + Mathias Modjesch** Dachau | **Hess & Heile** Damme | **Juede** Delbrück | **Irmgard Weber** Dietzenbach | **Biedermann** Dingolfing | **H.Ehrmann** und **Ch. Barth** Dinkelsbühl | **Reinking OHG** Dissen | **Joachim Tomaschewski** Donauwörth | **Dr. Tillwich** Dornstetten | **Parfümerie Beauty Day** Dortmund | **Ulli Schäfer** Dortmund | **Borgmann** Dortmund | **Inh. Antje Kühle** Duderstadt | **Reichenbach KG** Duisburg | **FIGGE OHG** Duisburg | **Ohly GmbH** Duisburg-Buchholz | **Förster** Düsseldorf | **Steinforth** Düsseldorf | **Cornelia Sander** Düsseldorf | **Pia Bauer** Eichstätt | **Heike Taistra** Eisenhüttenstadt | **Monika & Hans Kilb** Emmelhäusen | **Schmid-Keiner** Emmendingen | **Eberts** Enger | **Christoph Günther** Erbach | **Howerka** Erding | **Cosmetic Live** Erfurt | **Kauffmann** Erkrath | **Höfer** Erlangen | **Schmickler** Esens | **Schmitz GmbH** Essen | **Mikus GmbH** Essen | **Dietmar Erb GmbH** Fellbach | **Renate Lenk-Wersch** Fellbach-Schmid | **Petersen** Flensburg | **STEPHAN Exklusiv-Vertrieb GmbH** Forst | **Thomas Lehr** Frankfurt | **Illinger** Freising | **Tobias Kern** Freiburg | **Harald Rieth** Freudenberg | **Lisa Parfümerie Kosmetik** Friedberg | **Krölls GmbH** Fürstfeldbruck | **A. Herth** Furtwangen | **Aurel Lüdick** Füssen | **Schmidt GmbH & Co. KG** Garmisch-Partenkirchen | **Oliver Kegel** Geesthacht | **Gudrun Kirchner** Gelnhausen | **Martin Dälken** Georgsmarienhütte | **Offeringa GmbH** Gernsheim | **Martin Schaner** Gersthofen | **Preisig** Gladenbach | **Bayerschmidt GmbH** Gmund/Tegernsee | **Peter GmbH** Goslar | **Schilling** Greifswald | **Horst Lutz** Greifswald | **Gauls** Grevenbroich | **Gehrls** Grönitz | **Elena Ahrens** Gronau | **M. Hölscher / M. Gleis-Preister** Gronau | **Lochmann GmbH** Groß-Gerau | **Christel Kaiser** Grünstadt | **Ralph Gottmann** Gummersbach | **Christiane Neidhardt-Menhorn** Gunzenhausen | **Iris Schön** Hagenow | **Tauschel** Halle | **Katrin Bienk** Hamburg | **Kaland** Hamburg | **T. Jebe GmbH** Hamburg | **Britta Feiler GmbH** Hamm | **Liebe GmbH & Co. KG** Hannover | **Ilona Plett** Harsefeld | **Pollmeyer-Kohlen & G.Hirt** Harsewinkel | **Zink E. K.** Hechingen | **Hilde Hillenbrand-Herold** Heppenheim | **Anke Werle** Herdorf | **Angelika Kohlhaas** Hermeskeil | **Kettel-Grimm** Hersbruck | **Gudrun Mensing** Herzbrock-Clarholz | **Meyer** Herzogenrath | **Knauer** Hildburghausen | **Schnitker** Hilden | **Rennemann** Hildesheim | **Petra Jung** Hof | **Schäfer GmbH** Hofheim | **Ulla Trees-Kellerhaus** Höhr-Grenzhausen | **CB GmbH** Homburg | **Hermann Manegold e.K.** Höxter | **Claudia Christ** Idar-Oberstein | **Waltraud Wagner** Idar-Oberstein | **Christine Gebel** Ilmenau | **Judith Lang** Ismaning | **Leontine Michel** Kamenz | **Häuser GmbH** Kandel | **Claus Willy Schmidt** Kappeln | **Kramer** Karlstadt | **Schwardtmann GmbH** Kassel | **Helmut Cunz KG** Kirchhain | **Trageser** Kirn | **Müller Gbr.** Köln | **Georg Bach GmbH & Co. KG** Köln | **Meller** Köln | **Schauer-Rubach** Köln | **Reuter** Köln | **Mallach GmbH & Co. KG** Köln | **Ursula Güntgen** Köln | **Claudia Newrzella GmbH** Köln | **Dr. Lennartz GmbH** Köln | **Peter T. Möltgen** Köln | **Gradmann 1864 Parfümerie GmbH** Konstanz | **Wilhelm Deuster** Korbach | **Kretschmer** Kötzing | **Münker GmbH & Co. KG** Kreuztal | **Lahl OHG** Kronach | **Elisabeth Stocker** Krumbach | **Benker** Kulmbach | **Mack** Künzelsau | **Schneckenburger-Treffurt** Ladenburg | **Bernd Grün ewald** Lahnstein | **Schumacher KG** Landau | **Oberpriller** Landshut | **N. Freitag + C. Dorn** Langen | **Walb** Langen | **Rook GmbH** Langenhagen | **Lucks** Lathen | **Heike Donath** Lauchhammer | **Müller GmbH** Leinfelden | **Bauer** Leipzig | **Catina Jäkel** Leipzig | **Trute GmbH** Lich | **Ottowitz** Lichtenfels | **Ursula Moch** Limburgerhof | **Dr. Volkmar Schein** Losheim am See | **Babett Schulz** Lübben | **Schuback GmbH** Lübeck | **Maack & Murrmann GmbH & Co. KG** Ludwigsburg | **Margot Booß** Ludwigsburg | **Vera Pieper** Lünen | **Hussong OHG** Mainz | **Ackermann GmbH** Mainz | **Ahrens** Marburg | **Christian Jäger** Marburg | **König** Marburg | **Och GmbH** Marktredwitz | **Robert Wolff** Meerbusch | **Hähnel** Meißen | **Brenner OHG** Melle | **Jakobs** Meppen | **Eva Huber** Mering | **Völker** Meschede | **Burkhard Rutten** GmbH Mettmann | **Fischer GmbH** Metzingen | **Diamantidis** Michelstadt | **Lochmann** Mörfelden-Walldorf | **Somogyi** Mosbach | **Bauer** München | **M&P Himmer** München | **Mauert GmbH** München | **Hogh Janovsky GmbH** München | **Angelika Rebholz** Murnau | **Lang** Murrhardt | **Schotte** Naumburg | **Christine Lutz** Neubrandenburg | **Lettenmayer** Neuburg | **Kasselmann** Neuhaus | **de Vries** Neuruppin | **Brüggemann** Neustadt | **Janina Bogner** Neustadt / Aisch | **Helfricht** Neustadt / Coburg | **Ute Heller** Neustrelitz | **Gerhard Rau** Neu-Ulm | **Altpeter GmbH** Neuwied | **Voigt** Niebüll | **Parfümerie pur** Nidda | **Horst Nehus** Norden | **Schelenberg** Nordhorn | **Kunzmann GmbH** Nördlingen | **Seifenzahn GmbH** Nürnberg | **Markus Bingger** Oberstaufen | **Annegret Schneider** Oberursel | **Hake GmbH & Co. KG** Oelde | **Parfümerie im Ringcenter** Offenbach | **Weber** Offenbach | **Christina Renchen** Öhringen | **Ottmar Nöth** Olching | **Britta Benthien** Oldenburg | **Hild** Ostfildern | **Brigitte Bensch** Otterndorf | **Bergner** Pfaffenhofen | **Menhorn OHG** Pfaffenhofen | **Renchen** Pfedelbach | **Georg Pollozek GmbH & Co. KG** Pfarrkirchen | **T. Höschele** Pforzheim | **Andrea Siede** Potsdam | **Krauses Parfümerie am Löwen** Preetz | **Jana Swajkowski** Prenzlau | **Petra Wiesenmüller** Quedlinburg | **Inh. Andrea Prösch-Jähning** Quickborn | **Platen GmbH** Ratingen | **B. Hanke** Ratingen | **Willi Kappei** Ratzeburg | **Balle** Ravensburg | **Bittel OHG** Ravensburg | **Rieß** Regensburg | **Heddesheimer** Rengsdorf | **Götz Heller** Reutlingen | **Marlies Stickling** Rheda-Wiedenbrück | **Parfümerie Balster GmbH** Rhede | **Sabina Richter** Riesa | **Renate Wöfle** Rodgau | **Philippi** Rodgau-Jügesheim | **Hannelore Bergfeld** Roding | **Ines Wendlandt-Borrmann** Rostock | **Anke Schmidt-Rathsmann** Rotenburg | **Wilhelm Reingruber OHG AH-NR.16064** Rothenburg | **Schäfer GmbH** Rüsselsheim | **Ludwig Pieper GmbH & Co. KG** Saarlouis | **Ende** Sandhausen | **Delos** Sangerhausen | **Schneider** Sankt Blasien | **Waltraud Manter** Saulgau | **Winkel** Schliersee | **Kasselmann** Schloss-Neuhaus | **Roth** Schlüchtern | **Hartmann** Schmallebenberg | **Stutz GmbH** Schopfheim | **Erdmann OHG** Schorndorf | **Parfümerie Rotter** Schwabach | **Alysha** Schwalbach | **Haas** Schwetzingen | **Ruschmeyer** Seewetal | **Christian Palz** Senden | **Andrea Kruse-Tescher** Sindelfingen | **Sauter KG** Singen | **Lamprecht** Sinzheim | **Flohr GmbH** Solingen | **Wichelhaus** Solingen | **Oehus** Soltau | **Rau** Spremberg | **Mennecke** Steinhagen | **Kathrin Jaenicke** Stendal | **Kreutel** Stockach | **Ottowitz** Straelen | **Jürgen Heudorf GmbH** Stuttgart | **Mueller GmbH** Stuttgart | **Endriss GmbH** Stuttgart | **Dr. M. Birke** Sulz | **Gabi Bär** Tettstang | **Riedner** Torgau | **Pierre GmbH** Trier | **Sommerfeld KG** Übach-Palenberg | **Yvonne Goodman** Usingen | **Karsten Wilde GmbH** Vechta | **Malinowsky GmbH & Co. KG** Verl | **Anke Nedelka** Viersen | **Johannes Stetter** Villingen-Schwenningen | **Ebert** Vöhringen | **Carola Gutting** Waghäusel-Wiesental | **Claudia Natus** Waldkirch | **Haller GmbH & Co. KG** Waldkirchen | **E. Klös KG** Waldshut | **Wittig** Walrode | **Hachmann** Warburg | **Ruthe** Wehr | **Christof Schieder** Weiden | **Rieser** Weilburg | **Eva Maria Munique-Solinas** Weissenburg | **Günter Trenkel** Weißwasser | **U. Müglitz + M. Horn** Werdau | **Birgit Baumann** Wernigerode | **Fricke** Westerland | **Gerhard Bauer** Wiesbaden | **Wöhrl Parfümerien GmbH** Winnenden | **Ewald GmbH** Wirges | **Marianne Heinrich** Wismar | **Scherz** Wittenberg | **Marlies Völpe** Wittstock | **Walger & Co. KG** Witzhausen | **Sandra Kastner** Wolfach | **Waas GmbH** Worms | **Thomas Heeb** Worms | **Marietta Krakau** Wörth | **Rutten am Wall GmbH & Co. KG** Wuppertal | **Franke** Wuppertal | **Frank Müller** Wuppertal | **Dessloch GmbH** Würzburg | **Kruse** Zeven | **Martina Röck** Zirndorf

Stand November 2011



Bestellungen direkt über:
www.mel-premiumclub.de
 oder an:
 Mittelstands-Empfehlung-Lancôme e.V.
 Godesberger Straße 24
 53639 Königswinter
 Per Fax: 02223-700274
 Per eMail: m-e-l@t-online.de

LANCÔME
PARIS

HR HELENA
RUBINSTEIN

BIOTherm

YVES SAINT LAURENT

DIESEL

Palma Picasso
PARFUMS

cacharel

VIKTOR & ROLF

GIORGIO ARMANI

RALPH LAUREN

Guy Laroche
PARIS