

MEL *aktuell*



Unternehmerkongress 2010 Dresden

» Mit Vielfalt zum Erfolg «

NEU

MEL
PremiumClub
2010



IMPRESSUM

MEL-Aktuell

Zeitschrift für MEL-Mitglieder

Herausgeber:

Mittelstands-Empfehlung-Lancôme e.V.
53639 Königswinter

Redaktion:

Anneliese Schoof / Vorstand MEL e.V.

Fotos:

MEL Jungunternehmer
Christian Kümmerth, Bad Neustadt

Gestaltung & Layout:

Christian Kümmerth, Grafik-Computer-
Internet, Bad Neustadt

Produktion:

V+V Sofortdruck GmbH, Essen

Die namentlich veröffentlichten Beiträge
geben nicht unbedingt die Meinung von
Vorstand und Beirat wieder.

Inhaltsverzeichnis:

MEL, Lancôme und der private Fachhandel _____	3
Vorwort von Søren Hagh	
Geschäftsbericht 2009 / 2010 _____	4
von Peter Erdmann	
Dialog: Mit Vielfalt zum Erfolg _____	6
von Dirk Loewen	
MEL PremiumClub _____	7
von Dieter Dernen und Rebecca Sutor	
Podiumsdiskussion _____	8
moderiert von Anette Kreuels	
Workshop: Abmahnung als Führungsinstrument _____	8
von Michael Bastian	
Personelle Veränderungen im Beirat _____	9
von Peter Erdmann	
Ergebnisse der Wahlen 2010 _____	10
Vorstand, Beirat und Jungunternehmer	
Der neue Vorstand stellt sich vor _____	11
Hildegard Bayerschmidt, Theresia Griebel, Iris Schwardtmann	
Jahresbericht Jungunternehmer _____	12
von Petra Erdmann-Thon	
Spezial-JUK-Event: Trabisafari durch Dresden _____	13
von Petra Erdmann-Thon	
Ausflug Meißen _____	14
von Hildegard Bayerschmidt	
Stadtrundgang Dresden _____	16
von Theresia Griebel	
Abendevent auf Schloss Wackerbarth _____	18
Impressionen	
Rückblick und Ausblick _____	19
von Hildegard Bayerschmidt	
Verabschiedung Peter Erdmann _____	19
von Theresia Griebel	



MEL, Lancôme und der private Fachhandel

Von Søren Hagh

Liebe MEL-Mitglieder,

darf ich Ihnen etwas gestehen? Vor meinem ersten MEL-Kongress in Dresden war ich ganz schön nervös. Ich hatte im Vorfeld so viel darüber gehört, den Vorstand kannte ich zwar, aber ich war sehr neugierig und voller Vorfreude. Und ich muss ganz ehrlich sagen: meine Erwartungen wurden noch übertroffen.

An dieser Stelle ein großes Dankeschön dafür, dass Sie mir das Gefühl gegeben haben, seit jeher zur MEL-Familie zu gehören. Die Offenheit, mit der Sie mir begegnet sind und die vielen interessanten Gespräche, die wir gemeinsam führen konnten, sind mir in besonderer Erinnerung geblieben.

Ich bin jetzt seit Anfang des Jahres für Lancôme verantwortlich. In dieser Zeit war ich kreuz und quer in Deutschland unterwegs, um möglichst viele, unterschiedliche Kunden kennenzulernen. Ich bin davon überzeugt, dass es wichtig ist, von Ihnen allen zu lernen und gut zuzuhören, um ein Gefühl für den Markt zu entwickeln.

Gut zugehört habe ich auch Herrn Müller, den ich vor einigen Wochen getroffen habe. Die Prinzipien, nach denen er die Marke damals groß gemacht hat, sind auch heute noch so aktuell wie vor 30 Jahren. Es sind die Konzentration auf das Wesentliche, Mut und Respekt.

Den bereits eingeschlagenen Weg, Lancôme wieder stärker im privaten Handel

zu etablieren und diese Beziehung zu intensivieren, werde ich weiter fortführen. Doch auch wenn wir in den letzten Jahren ein Stück weitergekommen sind – es liegt noch eine gute Strecke vor uns. Wir möchten dem privaten Fachhandel wieder zu profitabilem Wachstum verhelfen und unsere Marktanteile stabilisieren. Doch wie wollen wir das schaffen?

Unsere Strategie basiert auf drei einfachen Prinzipien:

1. Auf Prioritäten konzentrieren. Das bedeutet, wir werden unser Kerngeschäft um einige wichtige Schlüsselprodukte herum aufbauen. Es heißt aber auch, weniger Neuheiten auf den Markt zu bringen, dafür aber jede Lancierung größer und besser zu machen.

2. Wir werden mehr in die Geschäfte investieren. Die Beratung spielt im privaten Fachhandel eine zentrale Rolle. Darum möchten wir im Bereich der Proben beispielsweise mit einem Luxusprobenkoffer arbeiten, der exklusiv für die Privaten gedacht ist. Schulung soll ebenfalls eine zentrale Rolle spielen.

3. Faire Preise. Lancôme-Produkte sind nicht billig – und das werden sie auch nie sein. Aber der Preis muss fair und nachvollziehbar sein. In den letzten Monaten haben wir intensiv daran gearbeitet, Produkte auf den Markt zu bringen, die einen fairen Preispunkt setzen. Und der Erfolg gibt uns Recht.

Apropos Erfolg: Ich bin fest davon über-



zeugt, dass der neue „MEL Premium-Club 2010“, den wir in Dresden präsentiert haben, eine wirklich bahnbrechende Initiative ist. Hiermit können MEL-Mitglieder exklusiv in einem markenübergreifenden Konzept erstmals von der Vielfalt der L'Oréal Luxusmarken profitieren. Dieses „Payback-System de luxe“ ist für mich ein weiterer Schritt, um den privaten Fachhandel zu stärken. Ich hoffe, dass Sie alle schon bald Ihre gesammelten Prämienpunkte gewinn- und nutzbringend für Ihre Parfümerie einlösen können.

Dass Lancôme auch und gerade mit 75 Jahren eine Marke ist, die uns alle berührt und verzaubert, haben Sie hoffentlich, genauso wie ich, ganz stark bei dem Gala-Abend auf Schloss Wackerbarth gespürt. Ich wünsche mir, dass Ihnen Lancôme in diesem Jahr der Partner ist, der Ihnen ganz besonders am Herzen liegt und freue mich schon jetzt darauf, Sie zahlreich spätestens im nächsten Jahr wieder zu sehen. ■

Herzliche Grüße!

Søren Hagh

Geschäftsleitung Lancôme Paris

Geschäftsbericht 2009/2010

Von Peter Erdmann

GESCH

Meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Kollegen, die MEL-Mitgliederversammlung 2010 in Dresden fand nur 7 Monate nach der Tagung in Rottach-Egern statt. Eine begründete Ausnahme, das nächste Mal werden wir uns wieder im Oktober/November 2011 treffen.

November 2009 bis Juni 2010, eine kurze Zeit, aber mit viel Gewicht,

- ▶ die Wirtschaftskrise prägt die Einzelhandelslandschaft.
- ▶ die Konjunktur im Handel ist noch ordentlich, u.a. durch die Kurzarbeiterregelung der Bundesregierung, dadurch haben wir noch keine steigenden Arbeitslosenzahlen,
- ▶ Sorge macht die Verunsicherung der Bürger durch die Euro-Krise, hauptsächlich ein Bauchgefühl, noch ohne realen Hintergrund. Diese negative Stimmung kann jedoch auf den Einzelhandel durchschlagen.

Die Parfümeriebranche leidet nach wie vor unter der seit Jahren anhaltenden Um-

satzstagnation. Aufhellende Monate im 1. Quartal 2010 bedeuten noch keine Wende, zumal sie nur an größeren Standorten festzustellen waren. Grundsätzlich sehen wir einen Trend zu größeren Anbietern, was auch in anderen Branchen festzustellen ist. Umso notwendiger sind Organisationen wie der MEL, um den kleinen und mittleren Händler in seiner schwierigen Position zu stärken.

Der Kampf um Marktanteile, der zur Zeit bei den Lebensmittel-Discountern tobt, scheint nun auch auf die Parfümeriebranche überzugreifen. Die immer heftiger werdenden Preisaktivitäten der Firmen Müller und Douglas zeigen dies überdeutlich. Dazu kommt ein ständig wachsendes Graumarktangebot bei den Drogerie-Märkten, die auch die L'Oréal-Marken betrifft.

Die Kosmetikindustrie sollte sich auch überlegen, ob sie weiterhin bei Neueinführungen in ihren Anzeigen die Firma Douglas als erste Kaufadresse nennt. Bei einer Produktnachfrage wird dann als



Dank massiv versucht, die Kundin auf eine Douglas-Eigenmarke umzustimmen. Dies kann nicht im Interesse der Depotfirmen sein.

Die jetzigen Preisdifferenzen können durch Beratung, Service und Freundlichkeit nicht ausgeglichen werden. Sie sorgen auch bei den Kunden für eine totale Verunsicherung über die Wertigkeit von Parfümerieprodukten. Eine Umorientierung auf Nischenanbieter und die Konzentration auf kosmetische Behandlungen ist nur an wenigen Standorten möglich. Die vergleichbaren Produkte der führenden Kosmetikanbieter sind deshalb die notwendige Grundausstattung der normalen, gut sortierten Parfümerie und damit dem Preiswettbewerb ausgesetzt.

Manche Kollegen sehen Kooperations-Eigenmarken als Möglichkeit, aus der Vergleichbarkeit herauszukommen. Dies kann aber nicht die Lösung sein, da wir die Kosmetikindustrie mit guten, attraktiven Neuheiten und der dazugehörigen Werbung dringend benötigen, um Frequenz und Nachfrage in unsere Geschäfte zu bekommen. Die Eigenmarkenstrategie ist also eigentlich ein "Trittbrettfahren" ▶



Herr Peter Erdmann begrüßt die aktiven Mitglieder des MEL e.V., die mit hoher Erwartung an die angekündigten Neuerungen zum Unternehmerkongress nach Dresden gekommen sind.

zu Lasten unserer Depot-Lieferanten.

Lobenswert sind die niedrigeren Einstiegspreislagen bei einigen wichtigen Depot-Firmen, wie zum Beispiel der Firma Lancôme, um dem Kundenschwund der Parfümerie Einhalt zu gebieten.

Nur ein Bündel von Maßnahmen kann uns, die mittelständische, inhabergeführte Parfümerie, wieder auf den Erfolgskurs bringen. Dazu gehören neben einer marktgerechten Preispolitik, ein geringerer Einkaufsdruck, einhaltbare Produktversprechen, Unterstützung vor Ort wie Schulungen und Aktionen, sowie vor allem eine geringere Rabattspreizung zwischen den Großvertriebsformen und uns, sonst bläst uns der Markt das Licht aus.

Ein Stück Hoffnung gibt uns das neue MEL-Konzept, das uns in Dresden vorgestellt wurde. Es wird uns mehr Möglichkeiten geben im Geschäft aktiv zu werden und mit dem Partner L'Oréal Luxusprodukte, natürlich angeführt von Lancôme, erfolgreich vom Mitbewerber abzusetzen. Voraussetzung ist selbstverständlich die Beachtung der anderen, vorher von mir genannten, Kriterien durch die Firma L'Oréal.

Mit dem neuen Konzept erhoffen wir uns auch neue Mitglieder für den MEL und die Jung-Unternehmer zu bekommen. Die unbefriedigende Mitgliederentwicklung spiegelt natürlich auch ein Stück weit die Parfümeriebranche im mittelständischen Bereich wieder.

Wir haben Betriebsschließungen aus wirtschaftlichen und/oder Altersgründen. Viele haben Finanzprobleme. Einsparungen sind notwendig. Darunter kann auch der MEL-Mitgliedsbeitrag fallen.



Mit Vielfalt zum Erfolg! Mit dem MEL PremiumClub können sich die Mitglieder Vorteile bei allen L'Oréal Luxusmarken erarbeiten und sind nicht mehr nur auf die Marke Lancôme beschränkt.

Es gibt bei manchen Kollegen auch Zweifel an den Vorteilen einer MEL-Mitgliedschaft, häufig geprägt durch negative, äußere Rahmenbedingungen. Die jetzige Situation fordert also geradezu ein Umdenken, eine Veränderung der MEL-Struktur.

MEL-Vorstand und Beirat haben deshalb die Vorschläge der L'Oréal-Luxusprodukte-Geschäftsführung, federführend durch den Geschäftsführer Herrn Sigmund, von Anfang an unterstützt. Die greifbaren Vorteile sollten jede mittelständische Parfümerie überzeugen. Viel hängt jedoch vom Außendienst ab, vor allem von der Mannschaft von Dirk Loewen. Diese Truppe muß die Vorteile im Gespräch vermitteln und mit den Beauty-Power-Aktionen zum Abschluss bringen, um so zu neuen MEL-Mitgliedern zu kommen. Wir sind von diesem Weg überzeugt.

Selbstverständlich werden wir die Struktur auch für die Beauty-Power-Aktionen nützen und um Ihnen eine breitere Palette

von Super-Angeboten, nur für MEL-Mitglieder, anbieten zu können. Sie sehen dies bereits an der Auswahl der weiteren Beauty-Power-Aktionen für dieses Jahr.

Längere „JUK“-Mitgliedschaft möglich! Vorstand und Beirat haben entschieden, dass ab sofort junge, aber schon selbständige Parfümerie-Inhaber weiterhin Mitglied bei den Jungunternehmen sein können oder neu Mitglied werden wollen, um dort mitzuarbeiten. Eine entsprechende Ergänzung der MEL-Satzung wird zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen.

Ich hoffe sehr, Sie sind mit mir einig, dass Vorstand und Beirat die kurze Zeit von der letzten Tagung am Tegernsee bis zum Unternehmerkongress in Dresden im Sinne der MEL-Mitglieder genutzt haben. Lassen auch Sie sich vom neuen Konzept des MEL in Verbindung mit L'Oréal-Luxusprodukte überzeugen. Nutzen Sie die erweiterten Möglichkeiten für Ihr Wachstum. ■

(Peter Erdmann)

Ein „Dankeschön“ an die Firmen der L'Oréal Luxusprodukte!

Alle Teilnehmer der MEL-Unternehmertagung in Dresden haben auf ihren Zimmern großzügige Geschenke der Marken Lancôme, Biotherm, Armani und Yves Saint Laurent vorgefunden!

Herzlichen Dank!

Dialog: Mit Vielfalt zum Erfolg

Von Dirk Loewen

„Ganz nah ran“ – unter diesem bewährten Motto stand der Dialog mit Lancôme-Vertriebsdirektor Dirk Loewen. Die Premiere? Anlässlich des neuen MEL-Premiumclubs waren auch seine beiden Kollegen Christian Koethe von Biotherm / Rubinstein und Andreas Ludwig von YSL und den Designer Düften nach Dresden gekommen. Die gelebte Vielfalt gewissermaßen ...

Zunächst jedoch zog Dirk Loewen eine Bilanz. „Was haben wir seit 2008 geändert?“ war die Frage. Und das war eine ganze Menge. Den Anfang machte ein neues Außendienstteam, das den klassischen Außendienst verstärken sollte: Die sogenannten Gebietsleiter Service und Beratung (GSB). 17-fache Unterstützung, schwerpunktmäßig für den privaten Parfümeriefachhandel, um Mitarbeiter zu schulen, den Abverkauf anzukurbeln, im Geschäft mit anzupacken und zu motivieren.

Auch schon eine Institution: „MEL on tour.“ 2008 wurde diese Initiative von Lancôme ins Leben zu rufen. In mehreren deutschen Großstädten waren MEL-Mitglieder jedes Jahr eingeladen, um die Lancôme Führungsspitze zu einem Meinungs- und Ideenaustausch zu treffen. So sollte einer möglichst großen Anzahl von Parfümerieinhabern die Möglichkeit gegeben werden, den direkten Dialog zu suchen, Fragen und Probleme loszuwerden.

Generell zeigte Loewen an mehreren Beispielen die Entwicklung auf, dass Lancôme Neuheiten zu besseren, fairen Preispunkten auf den Markt brachte. Ein klares Signal an den Handel. Aber auch am Aktivitätenplan für die MEL wurde kräftig gearbeitet, um Mitgliedern noch stärkere Aktionen zu bieten. Die Zahlen waren der beste Beweis für den Erfolg: Nahmen normalerweise nur 5 bis 20 Prozent der Mitglieder an den Beauty Power Aktionen teil, waren es seit Beginn



des Jahres starke 50%. Die Strategie, ein gutes Produkt mit Rabatten und einer attraktiven Zugabe zu koppeln, ging also bestens auf.

Schließlich legte der Lancôme-Vertriebsdirektor die Aufmerksamkeit auf die bahnbrechende Initiative, die MEL durch die Gründung des exklusiven Premiumclubs auf eine breitere Basis zu stellen. Einhellig positiv war das Feedback seitens der Teilnehmer.

Nahtlos schloss sich der interaktive Teil des Workshops an. Nun waren alle drei Vertriebsdirektoren gefordert, sich den vielfältigsten Fragen aus der Praxis zu stellen. Wichtige Themenschwerpunkte waren der Kundenservice und die Warenverfügbarkeit. Hierzu versuchte Christian Sadrozinski, Leiter des DPL-Kundenservice aus Kaarst, die Gründe für die aufgetretenen Lieferschwierigkeiten zu erklären und vor allem Zukunftsperspektiven aufzuzeigen. Zuverlässigkeit in der Warenversorgung war hier das Zauberwort. Neben produktspezifischen Detailfragen kam aber auch der Wunsch nach einem neuen Kabinenprogramm von Lancôme zur Sprache. „Es muss ganz einfach sein“, so die Anregung der Teilnehmer, die betonten, wie wichtig gerade im privaten Fachhandel dieses Zusatzgeschäft sei. Zusätzlich wurde auf die Notwendigkeit einer erweiterten Kabinettwarenliste hingewiesen.

Das Fazit? Auch wenn es nicht immer eine Sofortlösung gab, es wurde konstruktiv und offen miteinander diskutiert, mit einer großen Bereitschaft, weiter aufeinander zuzugehen und mit Vielfalt gemeinsam für den Erfolg zu sorgen. ■



Im Dialog wurde Herr Dirk Loewen von seinen Kollegen Christian Koethe und Andreas Ludwig unterstützt. Das Thema „Mit Vielfalt zum Erfolg“ zog wieder sehr viele interessierte Mitglieder an.



www.mel-premiumclub.de



MEL PremiumClub 2010

Profitieren Sie von den Vorteilen!

Von Dieter Dernen und Rebecca Sutor

Seit mehr als 20 Jahren ist die MEL eine Institution. Eine traditionsbewusste und emotionale Partnerschaft zwischen Lancôme und allen Mitgliedern.

Ab dem 01.07.2010 wird die MEL um den MEL PremiumClub der L'Oréal Luxusprodukte bereichert. Dahinter verbirgt sich ein kostenloses, erweitertes Angebot, exklusiv für MEL-Mitglieder, um in einem markenübergreifenden Konzept erstmals von der Vielfalt der L'Oréal Luxusmarken profitieren zu können. Es fallen neben dem Jahres-Mitgliedsbeitrag der MEL (110 €) keine weiteren Kosten an.

Jedes MEL-Mitglied kann am MEL PremiumClub teilnehmen. Bis zum Jahresende sollten aber mindestens 3 Marken der L'Oréal Luxusprodukte autorisiert sein. Unser gemeinsames Ziel muss eine professionelle, zukunftsorientierte Zusammenarbeit und die Förderung eines kontinuierlichen, partnerschaftlichen Dia-

logs sein. Wir bieten Ihnen daher zusätzliche monetäre Vorteile durch ein attraktives Prämiensystem an.

Sie erhalten ab 01.07.2010 automatisch umsatzbezogene PremiumPunkte in Höhe von 10% Ihres Umsatzes (abzüglich Retouren) mit allen L'Oréal Luxusmarken. Die Gutschrift erfolgt monatlich auf Ihr ganz persönliches Punktekonto. Diese PremiumPunkte können frei in mehr als 350 attraktive Prämien und Dienstleistungen eingelöst werden. Im Prämienangebot sind:

- ▶ **Testmuster und Luxusminiaturen**
- ▶ **Kabinettware**
- ▶ **Kosmetikaccessoires**
- ▶ **personelle Unterstützung in Form von Duft- und Schminkeinsätzen**
- ▶ **wertvolle Sachprämien**

Dieses umfangreiche professionelle Prämienangebot wird bestimmt Ihre Abverkäufe kurzfristig stimulieren.

Wir bieten Ihnen insgesamt 6 exklusive kommerzielle Angebote („Beauty Power Aktivitäten“) aller Marken der L'Oréal Luxusprodukte bis zum Jahresende, mit interessanten Konditionen. Mit diesen Angeboten wollen wir Ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken.

MEL-Mitglieder profitieren darüber hinaus bei der Aufnahme neuer Marken der L'Oréal Luxusprodukte von exklusiven, akzeptablen und deutlich verringerten Erstauftragshöhen. Zusätzlich gibt es 20% PremiumPunkte (doppelte Punkteanzahl) auf den Erstauftrag. Bitte sprechen Sie bei Interesse direkt Ihren Außendienst an. Machen Sie sich stark für unsere MEL und werben auch Sie neue Mitglieder. Als Prämie erhalten Sie 2.000 PremiumPunkte. Ein Engagement, das sich also sofort auszahlt!

Wir haben exklusiv für MEL-Mitglieder ein Online-Prämienportal eingerichtet. Bitte registrieren Sie sich im Internet unter www.mel-premiumclub.de mit Ihrem persönlichen Zugangscode, um einfach und bequem die Vorteile des MEL PremiumClubs sofort nutzen zu können.

Mit dem MEL PremiumClub 2010 setzen die L'Oréal Luxusprodukte ein eindeutiges Zeichen, um den privaten Einzelhandel zu stärken. Mit dem MEL PremiumClub 2010 bieten wir Ihnen privilegierte und markenübergreifende Mehrleistungen, um neue Kunden zu gewinnen, Stammkunden stärker zu binden und die Parfümerie zu beleben. Eine Initiative für eine gemeinsame, noch erfolgreichere Zukunft - seien Sie dabei! ■

MEL PremiumClub - Die Vorteile für MEL-Mitglieder

Ziel: Zusätzliche Honorierung der getätigten Umsätze mit allen Marken der L'Oréal Luxusprodukte!

Punkte sammeln: Ab dem 01.07.2010 erhält jedes MEL-Mitglied monatlich 10% PremiumPunkte auf den erzielten Umsatz mit allen Marken der L'Oréal Luxusprodukte auf sein Punktekonto gutgeschrieben.

Extra-Punkte:

- ▶ Kongressteilnehmer erhalten 5% PremiumPunkte auf den Umsatz vom 01.01. bis 30.06.2010 als Startguthaben (Nicht-Kongressteilnehmer 2,5%)
- ▶ Bei Aufnahme neuer Marken der L'Oréal Luxusprodukte ab dem 01.07.2010 zusätzlich 20% PremiumPunkte auf den Erstauftrag
- ▶ Werben Sie neue Mitglieder - es lohnt sich! Jedes Mitglied, das ein neues Mitglied für die MEL wirbt, erhält als Prämie 2.000 PremiumPunkte.
- ▶ Das neue MEL-Mitglied erhält als Startguthaben zusätzlich 2,5% PremiumPunkte auf alle Umsätze mit Marken der L'Oréal Luxusprodukte ab 01.01.2010 bis zum Eintrittsdatum.



Podiumsdiskussion: Fragen, Wünsche, Lob und Kritik

Moderiert von Annette Kreuels

In der diesjährigen Podiumsdiskussion, wieder souverän moderiert von Frau Annette Kreuels (PR Lancôme), stellten sich Frau Vera Breuer, Geschäftsleitung Designer Brands und Yves Saint Laurent, Herr Søren Hagh, Geschäftsleitung Lancôme, Herr Rolf Sigmund, Geschäftsführung L'Oréal Luxusprodukte und Herr Werner Hirschi, Geschäftsleitung Biotherm und Helena Rubinstein den Fragen und Problemen der MEL-Mitglieder. Diese Art des direkten Erfahrungsaustausches wurde von allen Teilnehmern gerne angenommen und viele Fragen konnten unmittelbar vor Ort geklärt werden. ■



Direkter Kontakt zwischen Mitgliedern und Geschäftsleitung war schon immer eine Domäne des MEL e.V. (von links: Vera Breuer, Annette Kreuels, Søren Hagh, Rolf Sigmund, Werner Hirschi).

Die Abmahnung als Führungsinstrument bei arbeitsvertraglichen Pflichtverletzungen

Workshop von Michael Bastian

Sie kennen das Gefühl, wenn Sie wieder einmal die Wut packt: am Liebsten würden Sie die betreffende Mitarbeiterin auf der Stelle entlassen. Das Ergebnis ist dann auch klar: jedes Arbeitsgericht würde Ihre Kündigung für ungültig erklären. Allerdings müssen Sie auch auf Pflichtverletzungen wie verspäteter Zugang von schlechter Leistung, verspätete Informationen im Krankheitsfall, Zuspätkommen, Arbeitsverweigerung oder unerlaubtes Entfernen vom Arbeitsplatz als Arbeitgeber reagieren.

Hierbei spielt die Abmahnung eine zentrale Rolle. Wenn Sie Ihre Mitarbeiterin abmahnen, bestrafen Sie sie nicht, denn

die Abmahnung hat einen ganz anderen Zweck. Sie hat eine Hinweis- und Warnfunktion.

Michael Bastian hat sich in seinem Workshop damit beschäftigt und aufgezeigt, wie Sie die Abmahnung gezielt als Führungsinstrument einsetzen können, damit Ihre Mitarbeiterin eine faire Chance bekommt, ihre arbeitsvertragliche Pflichtverletzung zu verstehen und eine Veränderung ihres Verhaltens vornehmen zu können.

Wie gewohnt gab es im Workshop Muster-Abmahnungen für die wichtigsten Fälle in der Praxis. ■



Personelle Veränderungen im Beirat

Von Peter Erdmann

In der Mitgliederversammlung konnten wir mit Frau Judith Lang, Frau Gudrun Kirchner und Frau Iris Schwardtmann drei neue Kolleginnen als gewählte Beiräte begrüßen. Jede Medaille hat jedoch zwei Seiten. So möchten wir uns von zwei langjährigen Beiratskollegen, Frau Ulrike Beck und Herrn Tauschel verabschieden und uns nochmal für Ihre Mitarbeit und ihr Engagement im Beirat des MEL bedanken.

Ulrike Beck

Die Entscheidung von Frau Ulrike Beck in diesem Jahr, Ihre Parfümerie zu verkaufen und in ihre neue Wahlheimat London zu ziehen, um dort zu leben und zu arbeiten, ging natürlich auch am MEL nicht spurlos vorbei.

Ulrike Beck war langjähriges Mitglied im MEL und die letzten Jahre aktiv im Beirat tätig. Durch ihr betriebswirtschaftliches Studium, ihre gesammelte Erfahrung aus branchenfremden Bereichen, ihre offene und direkte Art und ihre schon immer weltoffene Sicht hat sie uns oft mit Ihren Ideen bereichert und den MEL weitergebracht. Sie hinterlässt eine große Lücke und wir hoffen, dass dieser Schritt den



Der neu gewählte Beirat des MEL. Von links: Gudrun Kirchner, Catina Jäkel, Judith Lang, Hildegard Bayerschmidt, Iris Schwardtmann, Theresia Griebel und Peter Erdmann.

weiterhin guten Kontakt und persönliche Freundschaften nicht beeinflussen wird

Für ihr Engagement danken wir Ihr ganz herzlich und wünschen ihr viel Spaß und Erfolg in London.

Joachim Tauschel

Auch Herr Joachim Tauschel wollte nach 13 Jahren im MEL-Beirat nicht mehr antreten. Seit 1997 war er an der MEL-



Front. Eine lange Zeit, die Joachim Tauschel nützte, um sich für die Parfümerien in den Neuen Bundesländern einzusetzen – die Uhren gingen dort teilweise doch noch anders. Er kennt die Wünsche und Befindlichkeiten der dortigen Kollegen, dazu war und ist er ein wichtiges Bindeglied zwischen dem MEL und dem Parfümerieverband als dortiges Vorstandsmitglied. Wir verlieren einen erfahrenen Mitstreiter, der keine Skrupel hat, mich als einziges männliches Beiratsmitglied zurück zu lassen – ich werde es hoffentlich überleben.

Herzlichen Dank im Namen des gesamten Vorstandes und Beirates für Deine Arbeit und Deinen Einsatz für die Kollegen und den MEL. Für die Zukunft alles Gute, bleibe gesund und dem MEL wohl gesonnen. Ich hoffe, dass wir uns jedes Jahr auf dem MEL-Unternehmerkongress wieder sehen werden.

Viel Spaß mit dem Gutschein für ein Wellness-Wochenende. Genieße diese kleine Auszeit gemeinsam mit Deiner Frau, die uns den Tipp zu diesem Geschenk gegeben hat. ■

Ergebnisse der Wahlen 2010

Vorstand, Beirat und Jungunternehmer

In diesem Jahr standen wieder die Neuwahlen von Vorstand, Beirat und Sprecher der Jungunternehmer auf der Tagesordnung des Unternehmerkongresses in Dresden. Die hier abgebildeten Personen wurden aufgrund vorangegangener schriftlicher Wahlen von den MEL-Mitgliedern in den Beirat berufen. Der Beirat wählte aus seinen Reihen Vorstand und Stellvertreter. Auch die Jungunternehmer des MEL e.V. wählten einen neuen Sprecher.



1. Vorsitzende:

Bayerschmidt Hildegard

Bayerschmidt Parfümerien
83703 Gmund
Telefon: 08022 - 75440

**Ansprechpartner für die Bezirke
Bonn & Dortmund**



Stellvertretende Vorsitzende:

Griebel Theresia

Wir-für-Sie Parfümerie Lux e.K.
97616 Bad Neustadt a.d. Saale
Telefon: 09771 - 97298

**Ansprechpartner für die Bezirke
Würzburg & Frankfurt**



Stellvertretende Vorsitzende:

Schwardtmann Iris

Parfümerie Schwardtmann GmbH
34131 Kassel
Telefon: 0561 - 32124

**Ansprechpartner für den Bezirk
Hamburg**



Beirat:

Erdmann Peter

Parfümerie Erdmann
73614 Schorndorf
Telefon: 07181 - 939110

**Ansprechpartner für die Bezirke
Stuttgart & München**



Beirat:

Jäkel Catina

Parfümerie Catina International
04109 Leipzig
Telefon: 0341 - 9617150

**Ansprechpartner für die Bezirke
Halle & Berlin**



Beirat:

Kirchner Gudrun

Parfümerie Gudrun Kirchner
63571 Gelnhausen
Telefon: 06051 - 4512

**Ansprechpartner für die Bezirke
Freiburg & Saarbrücken**



Beirat:

Lang Judith

Parfümerie Präsch, Inh. Judith Lang
85737 Ismaning
Telefon: 089 - 969323

**Ansprechpartner für den Bezirk
Hannover**



Sprecherin der Jungunternehmer:

Erdmann-Thon Petra

Parfümerie Erdmann
73614 Schorndorf
Telefon: 07181 - 939110

**Ansprechpartner für die
Jungunternehmer**

Der neue MEL Vorstand stellt sich vor

Hildegard Bayerschmidt, Theresia Griebel, Iris Schwardtmann

Hildegard Bayerschmidt

Steckbrief zur Person: Jahrgang 1966, Drogistin, Lancômeianerin (75. Schule), Familienbetrieb 1964 von Hartwig und Helga Bayerschmidt in Bad Wiessee gegründet, sechs Filialen, seit 2005 Geschäftsführerin, 12-jährige Tochter, Lebenspartner, sozial engagiert im Lions-Club Gmund-Oberland, begeisterte Kino- und Konzertgängerin, Leseratte, Kunst- und Designinteressiert, Norwegen-Fan, Querdenkerin.

Vorhanden sind große Freude und Engagement für eine positive, erfolgreiche Zusammenarbeit mit Theresia Griebel und Iris Schwardtmann sowie dem gesamten Beirat, um neue Ideen zu entwickeln und umzusetzen.

Ziele:

- ▶ Lancôme immer wieder sehr direkt die Herausforderungen des Mittelstands bewusst zu machen und mit Nachdruck zum Handeln in unserem Sinne zu bewegen.
- ▶ Mit dem MEL- Gedanken von Offenheit und Vertrauen in der Realität arbeiten.
- ▶ Alte MEL - Begeisterung wieder aufleben zu lassen.
- ▶ Neue MEL-Mitglieder von der Idee begeistern und gewinnen.

Theresia Griebel

Steckbrief: Geboren 1975 und aufgewachsen in dem kleinen, schönen Dorf Schönau am Fuße der Rhön. Nach Ausbildung und Berufstätigkeit als Zahnarzt-helferin orientierte ich mich um und machte meine Ausbildung zur Kosmetikerin und Lancômeianerin in der Parfümerie von Frau Christine Lux in Bad Neustadt an der Saale. Hier war ich lange Jahre als rechte Hand von Frau Lux tätig, war in dieser Zeit Sprecherin der MEL-Jung-



Der neu gewählte Vorstand des MEL: Die neue Vorsitzende Hildegard Bayerschmidt (Mitte) umringt von den stellvertretenden Vorsitzenden Theresia Griebel (links) und Iris Schwardtmann (rechts).

unternehmer und habe das Geschäft im Januar 2009 übernommen. In diesem Jahr wechselte ich auch von den Jungunternehmern in den Vorstand des MEL und bin seit 2010 aktiv im Beirat der Wir-für-Sie.

Die vergangenen zwei Jahre konnte ich als stellvertretende Vorsitzende bereits intensiv mit Frau Bayerschmidt im Beirat des MEL zusammenarbeiten und unter Anderem die Tagungen am Tegernsee und in Dresden organisieren. Ich glaube, dass diese ohnehin schon positive Entwicklung mit der Verstärkung von Frau Schwardtmann noch mehr Schwung erhalten wird und freue mich auf den neuen Vorstand und Beirat.

Ziele:

Die Basis für eine enge Zusammenarbeit zwischen dem MEL und L'Oréal Luxusprodukte/Lancôme schaffen. Sprachrohr der Mitglieder sein, Probleme lösen und Wünsche weiterleiten. Die Stellung der inhabergeführten Parfümerie stärken.

Iris Schwardtmann

Steckbrief: Geboren 1978 in Kassel, Kauffrau im Einzelhandel, Handelsfachwirtin/IHK, sowie ausgebildete Kosmetikerin. 1935 hat mein Großvater Theo Schwardtmann die damalige "Kaiser Drogerie" übernommen. Ich führe die Parfümerie seit 2003 als Geschäftsführerin in 3. Generation. Ich engagiere mich in der "Interessengemeinschaft Bad Wilhelmshöhe" mit über 100 Mitgliedern und bin seit 2009 für die Wir-für-Sie kooptiertes Mitglied im Beirat des Bundesverbands Parfümerien, Düsseldorf.

Ich freue mich sehr auf eine enge und gute Zusammenarbeit mit Hildegard Bayerschmidt und Theresia Griebel und dem gesamten Beirat.

Ziele:

Neue engagierte und begeisterte Mitglieder gewinnen, konstruktive und ehrliche Zusammenarbeit mit Lancôme. Begeisterung entfachen. ■

Jahresbericht der Jungunternehmer

Von Petra Erdmann-Thon

Als kommissarische Sprecherin der Jungunternehmer durfte ich Sie zum Unternehmerkongress im schönen Elbflorenz Dresden begrüßen, da Frau Britt Kramer vor kurzem Ihr Amt aus persönlichen Gründen niedergelegt hat.

Leider gibt es nicht nur Schönes, sondern auch Beklagenswertes zu berichten. Bei der letzten Jahrestagung haben die Jungunternehmer einen Termin für unser Arbeitstreffen festgelegt. Es war das zweite Wochenende im März. Als die Einladung verschickt wurde, stand leider noch kein Arbeitstitel fest, was für mich aber kein Grund gewesen wäre, mich nicht anzumelden.

Es war geplant, einen Workshop im Schulungszentrum von Lancôme in Düsseldorf durchzuführen. Wir bekamen nur magere zwei Anmeldungen. Somit mussten wir das Wochenende mal wieder absagen. Das finde ich sehr traurig, denn der Termin war bekannt und die Jungunter-

nehmertreffen waren bisher immer eine Bereicherung für alle Teilnehmer.

Den nächsten Versuch haben wir am Wochenende des Unternehmerkongresses, im Vorfeld der Jahrestagung, gemacht. Die Anmeldequote war glücklicherweise wesentlich höher.

Die anwesenden Jungunternehmer waren fleißig. Wir hatten bei Matthias Häuser noch einen kostenlosen Workshop gut, den wir jetzt einlösen konnten. Im Workshop machten wir einen Persönlichkeitstest und lernten, wie man mit einer gezielten Ansprache und der richtigen Körpersprache eine Beziehung zum Kunden aufbauen kann, um ihm leichter und schneller das richtige Produkt verkaufen zu können. Es ging hierbei um viel Psychologie.

Nach getaner Arbeit belohnten wir uns, parallel zum Ausflug der anderen Kongressteilnehmer nach Meißen mit einer



Trabi-Safari quer durch Dresden zum Schloss Pillnitz. Das war für viele die erste Trabifahrt. Dementsprechend lustig ging es in den Trabis zu. Dabei bekamen wir jugendlich verpackt, auch noch eine interessante Stadtführung durch Dresden.

Jetzt möchte ich nochmal zum Jungunternehmerkreis im Allgemeinen zu sprechen kommen. Es wird zukünftig eine längere „JUK“-Mitgliedschaft möglich sein! Vorstand und Beirat haben entschieden, dass ab sofort junge, aber schon selbständige Parfümerie-Inhaber weiterhin Mitglied bei den Jungunternehmen bleiben oder neu Mitglied werden können, um dort mitzuarbeiten. Eine entsprechende Ergänzung der MEL-Satzung wird zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen. Durch diese Satzungsänderung und die Neugestaltung der MEL an sich, die Ihnen im Verlauf der Tagung vorgestellt wurde, hoffe ich, dass es auch bei den Jungunternehmern einen positiven Schub geben wird und der kommende Workshop, den wir wieder anbieten möchten, dieses Mal besser angenommen wird, sowie auch die Teilnehmerzahlen an den Tagungen steigen werden. ■

(Petra Erdmann-Thon)



Die Jungunternehmer, die zum Unternehmerkongress gekommen waren, hatten ein ausgefülltes Programm mit Workshops, Trabi-Safari und weiteren gemeinsamen Aktivitäten.



Trabisafari durch Dresden

Ausflug der Jungunternehmer mit Stadtrundfahrt

Die Jungunternehmer begaben sich nach getaner Arbeit am Sonntagnachmittag zu Fuß auf den Weg in die Ostra-Allee. Die meisten wußten noch nicht, was sie dort erwartet.

Als wir ankamen lachten uns drei Trabi-Cabrios und zwei Begleiter in einem Trabi-Kombi entgegen. Da war die Begeisterung groß und die Trabis wurden gleich beschlagnahmt. Es wurde über die Gangschaltung, die Sitze, das Lenkrad und alles Mögliche sonst gelacht, verwundert die Augen gerieben und diskutiert. Der Fahrer des Begleittrabis und die Fremdenführerin haben uns dann in die Welt der Trabis eingewiesen. Wir fuhren auch gleich recht flott los. Die gewöhnungsbedürftige Technik schien bestens zu funktionieren.

Doch das Lob kam zu früh. Nicolett hatte irgendwann die Kupplung ihres Trabis so misshandelt, dass der Trabi streikte. Dann



lernten wir auch den Zweitjob des Fahrers unseres Begleitfahrzeugs kennen. Er ist Trabi-Mechaniker. Nach kurzer Reparatur ging es weiter mit heulenden Motoren, grölenden Mitfahrern und wenn der Vordermann zu viel Gas gegeben hat, dann

versank das nachfolgende Auto in der bläulich stinkenden Abgaswolke des Zweitakters.

Bei all dem Spaß lernten wir Dresden von einer anderen Seite kennen, denn die Trabis waren mit Funkgeräten ausgestattet, worüber wir von unserer Fremdenführerin über Dresden, seine Sehenswürdigkeiten und die erlebnisreiche Geschichte der Stadt informiert wurden. Wir haben viel gesehen und gelernt. So einfach kann es sein, Spaß und Geschichte zu verbinden. Auf dem Weg zu unserem Ziel Schloß Pillnitz überquerten wir die Elbe mit einer Autofähre. Am Schloß machten wir eine kurze Kaffeepause und unsere Trabis wurden nochmal durchgecheckt. Für die Rückfahrt wechselten wir die Fahrer und machten uns mit lustigen Vollbremsungen und viel Gelächter auf den Heimweg. Die Stimmung und das Erlebnis waren einmalig und bleiben Allen bestimmt in guter Erinnerung. ■



Ausflug Meißen

Am Sonntag, den 13.06.2010

Sonntagnachmittag ging es per Bus an der Elbe entlang nach Meißen. Die über tausendjährige Stadt empfing uns mit einem wunderbaren Blick auf die Albrechtsburg.

Wir wollten uns, wie ca. 300.000 andere Besucher pro Jahr auch, von der Meissner Porzellanmanufaktur begeistern lassen.

In der Schauwerkstätte konnten wir an vier verschiedenen Arbeitsplätzen erleben, mit welcher besonderer Handwerkskunst das Porzellan entsteht.

Mit einem Film begann die Einführung. Dann wurden wir an den Arbeitsplatz des Drehers, Formers und des Bossierers geführt.

Der Bossierer zeigte uns, wie die einzelnen Figurenteile zusammengesetzt werden, bevor das Porzellan bunt mit Unterglasurmalerei - zum Beispiel das weltbekannte blaue Zwiebelmuster - gestaltet wird. ▶



Am Arbeitsplatz des Drehers konnte man regelrecht zusehen, wie sich unter geschickten Händen aus einem Häufchen Ton eine feinwandige Tasse oder eine schön geschwungene Vase formt.

Den Abschluss bildet die Aufglasurmalerie. Man sieht Blumen- oder auch ostasiatische Motive.

Jede Malerin ist in einem bestimmten Motiv ausgebildet. Und nur dieses malt sie acht Stunden am Tag auf das Porzellan, ihr Leben lang.

In der Schauhalle konnten wir die Anfänge des Meissner Porzellans bis heute bewundern und natürlich gerne auch kaufen. Alle Produktlinien werden dort sehr exklusiv präsentiert.

Das Porzellanmuseum im oberen Stockwerk zeigt eine einzigartige Sammlung unter den Meissen Sammlungen weltweit. Auch uns führte es wahre Wunderwerke vor Augen. Das Staunen war bei allen Kollegen/innen sehr groß.

Dazu war zum 300 jährigen Jubiläum eine einzigartige Sonderausstellung zu sehen. In mehreren Vitrinen war zum Beispiel ein ganzer Zoo aufgebaut.



Im Museum erwarteten den interessierten Besucher verschiedene Themenbereiche mit Meissner Porzellan. Hier zum Beispiel eine komplett gedeckte Tafel mit Geschirr und detailverliebten und verspielten Accessoires.

Kaffee bzw. Tee trinken aus original Meissner Porzellan war ein Genuss, wie wir zum Abschluss feststellen konnten. Der Geschmack ist feiner und eleganter

und hat den Nachmittag perfekt abgerundet. Dazu gab es für Kuchenfreunde süße sächsische Spezialitäten.

Während der Stadtführung in Dresden begegnete uns noch einmal die Manufaktur, in Form des Fürstenzugs, der 1905 aus 25.000 Meissner Kacheln entstand.

Durch unser neu erworbenes Wissen fiel die Bewunderung dieser Sehenswürdigkeit noch größer aus. ■

(Hildegard Bayerschmidt)



Kaffee und Kuchen aus original Meissner Porzellan.

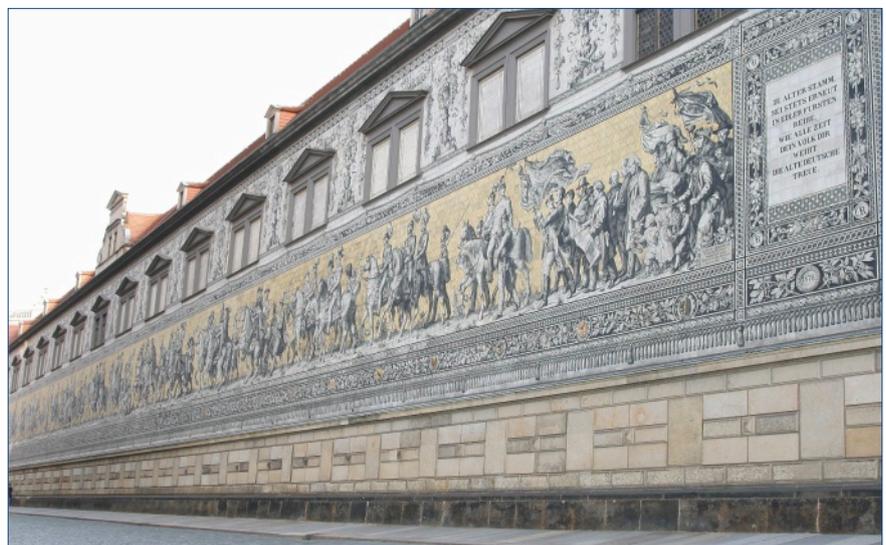


Stadtrundgang Dresden

Gleich am Anfang der Salzgasse direkt neben unserem Hotel konnte man sie schon sehen, die Frauenkirche, unser erstes Ziel. Die Frauenkirche ist ein bauliches Meisterwerk, da die Decke aus einer freitragenden steinernen Kuppel besteht, was auf eine sicher langjährige Erfahrung des Baumeisters Georg Bähr hinweist, denn Computerprogramme zur statischen Berechnung hat es damals noch nicht gegeben und es wurden meist Holzkonstruktionen verwendet. Die Frauenkirche wurde in der Zeit von 1726 bis 1743 gebaut, wobei der Innenraum der Kirche bereits vorab am 28. Februar 1734 eingeweiht wurde.

Wir sahen die Fotos vom Trümmerberg nach der Zerstörung im 2. Weltkrieg und hörten, dass die Kirche zwei Tage lang brannte, bevor sie am 15. Februar 1945 zusammenstürzte. Seitdem diente die Ruine als Mahnmal gegen Krieg und Zerstörung bis sich nach der Wende genügend Spendengelder für einen Wiederaufbau fan-

den. Man kann immer noch die dunklen Überreste der Ruine sehen, die einerseits wie im Widerspruch zu den hellen, neuen Sandsteinen im Mosaik der Außenansicht wirken und andererseits das Alte und Neue wie in einem Puzzle zu einem



wunderbaren Bild vereinen.

Und schon gingen wir zum Eingang G, um unseren Aufstieg zur Kuppel vorzunehmen. Von dort konnten wir uns erst einmal ein Bild von oben über Dresden machen.

Anschließend besichtigten wir den Fürstentzug. Ein rund hundert Meter langes Gemälde auf 25.000 Meißner Porzellan-Fliesen.

Weiter ging es zur Katholische Hofkirche, eine der größten Kirchenbauten Sachsens. Sie wurde vom italienischen Architekten Gaetano Chiaveri von 1739 bis 1755 im Barockstil erbaut. Er brachte seine italienischen Handwerker mit, die in kleinen Häuschen direkt neben der Baustelle wohnten. Das Restaurant „Italienisches Dörfchen“ erinnert heute noch daran. Die Kathedrale wurde unter Kurfürst August II von Sachsen, auch August der Starke genannt, erbaut. Dieser konvertierte zum katholischen Glauben, da er sich auch für den polnischen Thron in Warschau bewarb, der jedoch nur katholischen Königen vorbehalten war. Was tut man nicht alles für einen Job. ▶



Nun machten wir einen kurzen Abstecher zur Brühlschen Terrasse und sahen von dort das Regierungsviertel auf der anderen Elbseite mit seinen ganzen Ministerien und der Sächsischen Staatskanzlei. Das Finanzministerium wird übrigens auch liebevoll „Raubritterburg“ genannt.

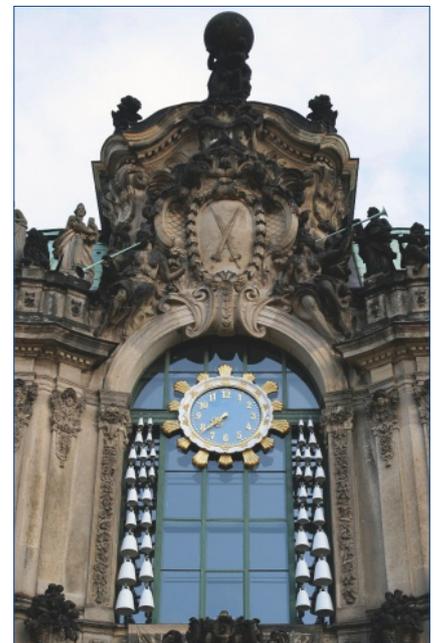
Unser Weg führte uns zur weltbekannten Semperoper. Sie wurde von Gottfried Semper von 1838 bis 1841 erbaut und inzwischen dreimal zerstört. Die erste wurde 1869 durch einen Brand zerstört und die zweite dann beim Luftangriff auf Dresden am 13. Februar 1945. Wir bekamen auch den Hinweis, dass die Semperoper wegen der Radeberger Bierwerbung bei vielen Leuten besonders bei denen aus den „gebrauchten Bundesländern“ auch als schönste Brauerei Deutschlands bekannt ist.

Gottfried Semper hat außerdem die Ge-

mäldegalerie gebaut, die den Zwinger zum Theaterplatz hin abschließt. Das bekannteste Werk darin ist die Sixtinische Madonna. Wer sie nicht kennt, kennt zumindest die beiden Engel zu ihren Füßen, die auf Pralinschachteln, Regenschirmen, Postkarten, Kaffeetassen und noch vielem mehr zu finden sind.

Schon ging es weiter in den Zwinger. Mit Zwinger wurde im Mittelalter der Platz zwischen der äußeren und inneren Festungsmauer bezeichnet. Die ehemalige Stadtmauer von Dresden ist noch an der Unterführung am Pirnaischen Platz zu erkennen. In diesem Bereich wuchs Gras, man weidete das Vieh oder ließ auch mal die Jagdhunde zum Auslauf, woher auch der Hundezwinger bzw. der Bärenzwinger seinen Namen hat. Auf diesem ehemaligen militärisch wichtigen Bereich wurde der Zwinger in Dresden erbaut, und so erhielt das ganze Bauwerk seinen

Namen. Der Zwinger diente in erster Linie festlichen Anlässen am kurfürstlichen Hofe, wie zum Beispiel der Hochzeit des Kurfürstensohnes im Jahre 1719 und war somit ein rein dem Vergnügen gewidmetes Bauwerk, denn hier hat nie jemand gewohnt. Im Innenhof fanden Reiterspie-



le und Paraden statt und oben auf dem Wandelgang lustwandelten die Damen und Herren und schauten dem Treiben zu.

Es ging weiter zum Glockenspiel aus Meissner Porzellan am Glockenspielpavillon, auf der gegenüberliegenden Seite des Wallpavillons.

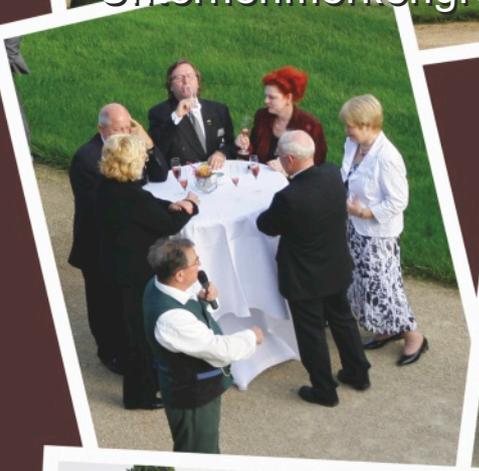
Nachdem wir noch das Dresdner Residenzschloss besucht hatten, in dem sich sowohl das historische als auch das neue Grüne Gewölbe befindet, führte uns unser Weg direkt in den Pulverturm, wo wir endlich unser ersehntes sächsisches Abendessen zu uns nehmen konnten. ■

(Theresia Griebel)



Abendevent auf Schloss Wackerbarth

Bleibende Eindrücke vom
Unternehmerkongress



Rückblick und Ausblick

Hildegard Bayerschmidt

DRESDEN... eine zukunftsweisende Tagung für die MEL und jedes einzelne Mitglied.

DRESDEN... diese Stadt haben wir bewusst gewählt.

DRESDEN... auch unser Hotel präsentierte sich in einem neuen Stil.

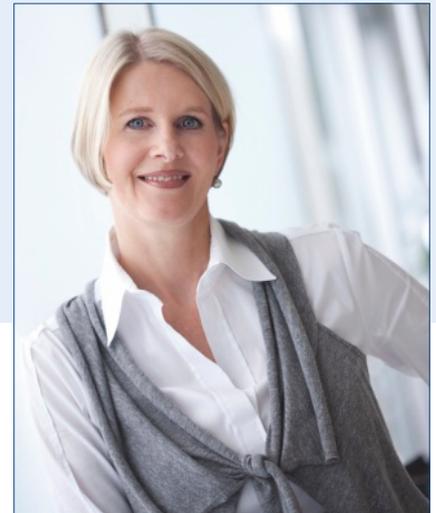
Schon bei der Stadtführung konnten wir sehen, was es an Möglichkeiten für Auf- und Neubau gibt. Sehr gut war zu erkennen, wie sich eine Stadt, nach sehr viel Zerstörung, zu etwas Besonderem entwickeln kann.

Im Hygiene-Museum, einem geschichtsträchtigen Ort, wurde uns die Neuausrichtung von Lancôme mit der L'Oréal

Luxusgruppe präsentiert. Herr Sigmund stellte dort das neue MEL-Konzept, den PremiumClub vor.

Das neue Modell vereinigt alle L'Oréal Luxusmarken und soll nicht nach außen glänzen, sondern wieder den Weg zu den MEL-Mitgliedern finden. Man konnte den Eindruck gewinnen, dass Lancôme sich wieder auf die alten Werte besinnt. Ein Anfang zu einem gemeinsamen Weg wurde gemacht.

Der wunderbare laue Sommerabend auf Schloss Wackerbarth brachte mir den bewegendsten Moment der Tagung: als neue MEL-Vorsitzende, mit einem schlagkräftigen Team an der Seite, beste-



hend aus langjähriger Erfahrung und neuer Power, vor Ihnen zu stehen.

Mit dieser Mannschaft entsteht ein neuer Blick auf MEL und besonders Lancôme.

Gerade jetzt in einer Zeit des Wandels und vieler neuer Herausforderungen werden wir uns mit positivem Elan und Motivation für Sie und uns Alle einsetzen.

DRESDEN... ein neuer Schritt in eine Parfümerie-Zukunft, die immer wieder neue Lösungen brauchen wird. Und wir bleiben dran. ■

Hildegard Bayerschmidt
1. Vorsitzende.

Vielen Dank Peter Erdmann!

von Theresia Griebel

Einen neuen Vorsitzenden willkommen zu heißen, bedeutet auch gleichzeitig, sich vom bisherigen Vorsitzenden verabschieden zu müssen. Glücklicherweise steht uns Herr Peter Erdmann weiterhin im Beirat mit Rat und Tat zur Seite. Für seinen persönlichen Einsatz und die angenehme Zusammenarbeit im Beirat möchte ich mich im Namen aller Mitglieder ganz herzlich bei ihm bedanken.

Peter Erdmann bringt durch sein politisches Engagement im privaten Bereich, das für seine Arbeit im MEL e.V. wichtige Verhandlungsgeschick und Durchsetzungsvermögen mit. Er setzte sich immer für die Belange der Mitglieder ein und scheute auch nicht die Konfrontation mit Lancôme. Durch seine langjährige aktive

Mitarbeit im Beirat des MEL e.V. sind ihm die Probleme der Branche wohl bekannt.

Trotz kleinerer gesundheitlicher Einschränkungen hat Herr Erdmann in den letzten beiden Jahren den neuen Kurs des MEL e.V. zielgerichtet fortgeführt und dessen Ausrichtung mit dem MEL PremiumClub und der Aufnahme aller Marken der L'Oréal Luxusprodukte den geänderten Rahmenbedingungen im inhabergeführten Parfümeriefachhandel angepasst.

Lieber Peter, wir verabschieden dich zwar als ersten Vorsitzenden, freuen uns jedoch, dass du unsere Damenriege im MEL-Beirat auch weiterhin als männlicher Part kompletierst. ■



Verabschiedung von Herrn Peter Erdmann während der Abendveranstaltung auf Schloss Wackerbarth.



MEL
Mittelstands-Empfehlung e.V.
LANCÔME