

Themen in dieser Ausgabe:

- Vorschau
Bruchmarkt und Moonlight-Shopping
- Rückblick
Strohsemmelfest
- Rückblick
Public Viewing
- Rückblick
Jahrestreffen Rolls Royce & Bentley Club Deutschland
- Neues Logo für Brake
- Lemgo auf den westfälischen Hansetagen
- Aktivierung
Hansaweg
- Lemgo Marketing:
Ausbildungs- und Praktikumsbetrieb
- Lemgoer Eiswelt
2010 / 2011
- Trainingsanzüge für Sportvereine



Mitglieder - Information

Ausgabe 9

Lemgo Marketing e.V.

August 2010

Bruchmarkt und Moonlight-Shopping

Der Lemgo Marketing Newsletter meldet sich nach etwas längerer Zeit zurück. Vor allem bei Veranstaltungen wie der Fußball WM und dem Strohsemmelfest hatte das Lemgo Marketing Team in den letzten Wochen viel zu tun.

Darüber können Sie sich auf den nächsten Seiten informieren.

Natürlich geht es demnächst auch schon wieder weiter im Jahresprogramm:

Bruchmarkt

Vom 15. - 17. Oktober findet der alljährliche Bruchmarkt statt. Die Mittelstraße verwandelt sich in einen Verkaufsmarkt mit ca. 40 Ständen und einigen Kinderkarussells.

Durch die Marktplatzsanierung im letzten Jahr, sind die Aktionen von Lemgo Marketing einmalig ausgefallen. In diesem Jahr wird es aber am Samstag nach dem Wochenmarkt wieder verschiedene Spielaktionen für Kinder geben. Lemgo Marketing

organisiert Kinderschminken, Dosenwerfen, einen Kletterturm und weitere Aktionen.

Am Sonntag präsentieren die Lemgoer Autohäuser Eilers und Weege ihre aktuellen Modelle mit musikalischer Untermauerung auf dem Marktplatz. Im Lippegarten befindet sich ab 11.00 Uhr wieder der Bauernmarkt mit Produkten aus der Region. Zusätzlich öffnen die rund 200 Geschäfte der Lemgoer Innenstadt am Sonntag von 13.00 bis 18.00 Uhr und laden zum Bummeln und Einkaufen ein und der STADTBUS fährt kostenlos.

Moonlight-Shopping

Am 29. Oktober 2010 findet das zweite Moonlight-Shopping in diesem Jahr statt und die Geschäfte haben wieder durchgehend bis 23.00 Uhr geöffnet. Wie bei den vergangenen Veranstaltungen bleiben die Straßenlaternen bis 23.15 Uhr ausgeschaltet und tausende Windlichter werden in der gesamten Innenstadt aufgestellt, um ein wunderschönes Ambiente für ein außergewöhn-

liches Einkaufserlebnis zu schaffen.

Lemgo Marketing hat dieses Jahr andere Windlichter, so genannte „Low Boys“, für die Einzelhändler zum Kauf angeboten. Diese sind aus Glas und dadurch wesentlich stabiler und sicherer als die angebotenen Windlichter der vergangenen Jahre. Außerdem haben sie eine längere Brenndauer und bleiben durch ihr höheres Gewicht besser stehen.

Erneut wird Lemgo Marketing mehrere Lautsprecher aufstellen, damit passende Lounge-Musik in der gesamten Fußgängerzone erklingt. Auch der Marktplatz wird wieder farbig illuminiert. Der Kran, der interessierte Besucher mit einem Heißluftballon ca. 40 Meter in die Höhe zieht, wird dieses Mal am Ostertor stehen. Wer sich jedoch lieber sportlich auf ca. 35 Meter Höhe begibt, kann gerne die 163 Stufen des St. Nicolai-Turmes besteigen und von dort die hervorragende Aussicht über Lemgo bestaunen.

Rückblick: Strohsemmelfest

Eines der größten Feste war auch in diesem Jahr wieder das Strohsemmelfest, das traditionell am letzten Juni-Wochenende, vom 25. – 27.06.2010 statt fand.

Der Kunst- und Handwerkermarkt in der Breiten Straße und im Abteigarten wurde wie auch in den vergangenen Jahren wieder gut angenommen. Über 50 Kunsthandwerker stellten hier ihre Arbeiten vor und ließen sich auch gerne bei ihrer kreativen Arbeit über die Schulter schauen.

Das Italienische Weindorf im Abteigarten wurde wieder von Michele und Carolina Bolla organisiert. In diesem Jahr gab es neben den 5 Italienischen Weinproduzenten auch einen Spezialitätenstand, einen Käsestand sowie einen

Pastastand. Weitere Leckerbissen gab es am Grillstand vom Veranstaltungsservice Arndt-Dupree, bei der Forellenzucht Horres, beim Crêpes-Stand von Herrn Lemoine und bei den Bäckereien Meffert und Dickewied. Das Bierhaus Jovel, das Beat-Café und Frau Schmidt-Friese sorgten außerdem für eine große Getränke-Auswahl. Die Stände waren in diesem Jahr wie ein Runddorf um die Bierzeltgarnituren herum aufgebaut worden, sodass die Speisen und Getränke ohne Gedränge ausgesucht werden konnten. Auch das Toilettenproblem der vergangenen Jahre konnte durch zusätzliche WC-Anlagen behoben werden. Für die gelungene Hintergrundmusik sorgten das italienische Duo Chessi und Christian.

Auch das Programm auf dem Marktplatz bot den Gästen viel Abwechslung. Nach dem Bierfassanstich zur Eröffnung am Freitag sorgte das Konzert der Big Maggas für Begeisterung. Weitere Höhepunkte auf der Marktplatz-Bühne waren die Reggae-Band „Riddim Posse“ und die Steelband „Pan Groove“. Aber auch die Spendenaktion „Haare schneiden für Haiti“, die Vorführungen des Tanzstudios Traumtänzer und der Lila Bühne sowie die vielen weiteren Aktionen lockten die Besucher. Das schöne Sommerwetter sorgte zusätzlich dafür, dass die Erwartungen an die Besucherzahl wieder einmal übertroffen wurden.



Rückblick: Public Viewing

Vom 13. Juni bis zum 11. Juli organisierte Lemgo Marketing ein Public Viewing zur Fußball WM 2010 auf dem Regenstorplatz.

Eine etwa 200 m² große Fläche wurde mit Bauzäunen abgegrenzt und davor wurden zwei Kassenhäuschen aufgestellt. Im abgesperrten Bereich gab es 200 Bierzeltbänke für etwa 1.000 Sitzplätze und genügend Fläche für weitere 1.000 Stehplätze. Dieses Public Viewing war somit das größte in Lippe. Um die 7 x 4 Meter große Leinwand abzudunkeln wurde mit Siemens Gerüstbau ein Zelt gebaut und mit Folie abgedunkelt. Nach dem ersten Einsatz zeigte sich allerdings, dass das Zelt bei direkter Sonneneinstrahlung nicht dunkel genug war. Durch das freundliche Entgegenkommen des TBV Lemgo, ins-

besondere von Geschäftsführer Volker Zerbe, konnte eine hochwertige LED-Wand aus der Lipperlandhalle ausgeliehen werden, sodass eine sehr gute Bildqualität für alle weiteren Spiele garantiert war. Für die Verpflegung sorgten beim gesamten Public Viewing verschiedene Getränke- und Verzehrstände mit großer Auswahl von Infinity Events & Catering.

Die Vorrunden-Spiele und auch das Achtel-, Viertel- und Halbfinale waren sehr gut besucht, sodass sich bereits beim Einlass anderthalb Stunden vor dem jeweiligen Spielbeginn lange Schlangen vor den Kassenhäuschen bildeten. Dadurch musste die Veranstaltungsfläche während der WM zwei Mal vergrößert und das Sicherheitspersonal aufgestockt werden. Dies bot Platz für mindestens 1.000 weitere

Fans. Das meistbesuchte Spiel war das Achtelfinale gegen England, bei dem über 3.000 Besucher auf dem Gelände waren. Nach dem verlorenen Halbfinalspiel von Deutschland nahm die Fußball-Begeisterung und damit auch die Besucherzahl beim Spiel um Platz drei und beim Finale jedoch ab. Insgesamt kamen über 16.000 Fußballfans, um die Spiele der deutschen Mannschaft zu sehen. Diese lobten neben der Biergartenatmosphäre und der tollen Stimmung auch die gute Organisation.

Durch die hohen Besucherzahlen konnten alle Kosten von Lemgo Marketing komplett gedeckt werden. Da das Konzept der Veranstaltung vollständig aufgegangen ist, steht auch einem Public Viewing zur EM 2012 nichts mehr im Wege.



Rückblick: Jahrestreffen Rolls Royce & Bentley Club Deutschland

Am 17.07.2010 bot sich in der Alten Hansestadt ein wahrer Augenschmaus für Liebhaber edler Limousinen. Das Treffen der Rolls Royce und Bentley Freunde wurde von Bob Schmechlich organisiert, der selber einen Rolls Royce Cabrio (Baujahr 1972) fährt.

Kein roter, aber ein dekorativer blauer Teppich auf dem neuen Marktplatz Pflaster sorgte für das passende Ambiente. Die edlen Karossen glänzten bei

herrlichem Sonnenschein um die Wette und zogen viele Besucher an, die sogleich ihre Fotoapparate zückten. Elf Rolls Royces und Bentleys rollten vom Ostertor über die Mittelstraße auf den Lemgoer Marktplatz. Begrüßt wurden sie von Lemgo Marketing mit einem Lemgoer Lebkuchen-Herzchen und Infomaterial.

Anschließend ging es ins Rathaus zur Begrüßung und zum Sektempfang mit Bürgermeister Dr. Austermann. Wer danach Lust

hatte, konnte mit der Stadtführerin Christiane Thiel die schönen Ecken der Hansestadt erleben.

Es war nicht das erste Mal, dass solch edle Karossen die Stadt Lemgo besuchten. Der Organisator Bob Schmechlich hatte bereits in 2009 die Classic-Cadillac-Tour in die Alte Hansestadt organisiert. Für die neue Marktplatzpflasterung war der Besuch der edlen Karossen auf jeden Fall eine Premiere.

Neues Logo für Brake

Lemgo Marketing leistet seit einiger Zeit gute Zusammenarbeit mit den Bräkern und dem Ortsausschuss beim Braker Stammtisch.

Gemeinsam wurde über verschiedene Aktionen gesprochen, um den Ortsteil Brake zu fördern und attraktiver zu machen. Es wurde ein eigenes Logo für Brake entwickelt, wel-

ches von den Braker Firmen, Geschäften und Vereinen als Autoaufkleber oder als Spruchband für ein Schaufenster bestellt werden kann. 3 Geschäfte haben das Spruchband bestellt und 65 Aufkleber sind bis heute verkauft worden. Das Logo „Wir in Brake“ kann ebenso für den jeweiligen Schriftverkehr genutzt werden.

Lemgo Marketing freut sich, wenn möglichst viele Firmen, Geschäfte und Vereine das Angebot nutzen und somit den Zusammenhalt in Brake stärken. Den Aufkleber kann man übrigens auch in der Lemgo Information, Kramerstr. 1, für 2,50 € erwerben.



Lemgo auf den westfälischen Hansetagen

Vom 2. – 3. Oktober finden in Fürstenaue die westfälischen Hansetage statt. Lemgo Marketing wird dort die Alte Hansestadt Lemgo mit einem Stand repräsentieren, Auskünfte geben und Informationsmaterialien über die Stadt und ihre Sehenswürdigkeiten verteilen.

Als Service wird den Besuchern der Hansetage gekühlter Lemgoer Rathaus-Sekt angeboten. Ein Anreiz, der die Besucher länger am Lemgoer Stand verweilen lässt. Neben verschiedenen Schöttker-Produkten werden außerdem Souvenirs, wie z.B. Tassen, Bücher, Plakate oder Lebkuchenherzen

zum Verkauf angeboten.

Die Mitarbeiter von Lemgo Marketing freuen sich schon jetzt, zahlreiche interessante Gespräche zu führen und dadurch hoffentlich viele Gäste von einem Besuch Lemgos zu überzeugen.

Aktivierung Hansaweg

Zur Zeit kümmert sich Lemgo Marketing um eine Aktivierung und ein neues Marketingkonzept für den Hansaweg.

Das Ziel ist eine Zertifizierung des Weges durch den Deutschen Wanderverband. Durch diese Zertifizierung und eine entsprechende Werbung soll auch das Lipperland bekannter gemacht werden.

Es müssten nunmehr noch ca. 6 km des Weges umgelegt werden, um die erforderliche Prozentzahl an naturnahen Wegen zu erreichen. Kritische Strecken befinden sich besonders im Bad Salzufler Gebiet.

Helmut Bangert von der AG ErlebnisWandern hat dem Förster in Bad Salzuflen, Detlev Pankatz, diverse Vorschläge für Umlenkungen unterbreitet.

Nach Prüfung dieser Vorschläge sollten sich alle beteiligten Städte und Kommunen noch einmal treffen, um über die weitere Planung zu sprechen. Dazu gehört die Herausgabe einer Wanderkarte, die mögliche Zertifizierung in 2011, die Verbesserung der Infrastruktur mit Bänken und weiteren Ausschilderungen sowie die Vorbereitung des Marketings.

Lemgo Marketing – Erfolgreicher Ausbildungs- und beliebter Praktikumsbetrieb

Seit nunmehr 7 Jahren bildet Lemgo Marketing im Verbund mit der Hochschule Ostwestfalen-Lippe Veranstaltungskaufleute aus.

Vier ehemalige Auszubildende haben ihre Ausbildung bereits erfolgreich abgeschlossen. Zurzeit sind drei Auszubildende bei Lemgo Marketing beschäftigt: Cara Noreen Hanke und Alice Sprenger im dritten Ausbildungsjahr und Torben Diekmann im Zweiten.

Auch nach außen wird Lemgo Marketing als erfolgreicher Ausbildungsbetrieb immer bekannter und dadurch steigen auch die Anfragen von Schülern oder Studierenden nach einem Praktikumsplatz. Lemgo Marketing versucht, allen qualifizierten Bewerber

eine Möglichkeit für ein Praktikum zu bieten.

Lemgo Marketing gibt den Praktikanten einen Eindruck in das alltägliche Geschäft eines Stadtmarketing-Betriebes, aber auch in die vielfältigen Aufgaben zur Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung einer Veranstaltung. Fragen über Lemgo, zu Stadtmarketing und Veranstaltungsmanagement oder zu möglichen Ausbildungsberufen werden gern beantwortet. Es warten viele verschiedene und interessante Aufgaben auf die Praktikanten, bei denen man auch mal ins Schwitzen kommen kann. Außerdem können sie an der Touristinformation oft ein wenig selbstständig arbeiten und dadurch viel dazu lernen. Am Ende des Prak-

tikums erhält jeder eine Praktikumsbestätigung bzw. ein Praktikumszeugnis.

In diesem Jahr waren bereits 7 Praktikanten für jeweils 2 – 6 Wochen im Betrieb. Sie verfolgten dabei unterschiedliche Zielsetzungen, wie z.B. berufliche Orientierung, persönliche Qualifizierung, Verbesserung der Kommunikationsfähigkeit oder Erlangung beruflicher Praxis.

Bisher gab es von Praktikanten, Schulen und anderen Vermittlungseinrichtungen ausschließlich positives Feedback, einige haben sich sogar für ein zweites Praktikum oder einen Ausbildungsplatz bei Lemgo Marketing beworben.



Hier packen alle mit an:

Lisa-Marie Vieregge (Praktikantin)

Cara Hanke (Auszubildende)

Wolfgang Jäger (Geschäftsführer)

Lemgoer Eiswelt 2010 / 2011 - Mitglieder sparen bei Sponsorbeiträgen

Die Akquise für die Lemgoer Eiswelt ist fast abgeschlossen und Mitte September wird der Flyer in einer Auflage von 50.000 Stück produziert.

Sind Sie schon dabei?

Nutzen Sie als Mitglied von Lemgo Marketing e. V. den günstigen Sponsorbeitrag. Das 500 € Paket bleibt für Mitglieder bestehen, während Nicht-Mitglieder nun 550 € zzgl. MwSt. zahlen. Weitere Beträge siehe

Beteiligungsf formular.

Außerdem bieten wir Ihnen die Eisbahn exklusiv, z. B. für eine Firmen- oder Weihnachtsfeier o. ä., zum Pauschalpreis von 250 € zzgl. MwSt. an.

Trainingsanzüge für Sportvereine

Im Auftrag der Stadtwerke Lemgo führt Lemgo Marketing vom 12. Juli bis zum 30. September 2010 wieder die Aktion „Jako-Ausrüstung der Stadtwerke Lemgo“ durch. Hier haben alle Lemgoer Sportvereine die Möglichkeit, eine Sonderaktion zur Förderung des Sports in Lem-

go in Anspruch zu nehmen. Das Angebot umfasst Trainingsanzüge, Polo-Shirts, T-Shirts, Sweatshirt und Sporttaschen von Jako zu ermäßigten Preisen. Außerdem können die Kleidungsstücke für einen kleinen Aufpreis mit Mannschaftsnamen beflockt werden.

Alle Mitglieder der Vereine können, um die Ausstattung zu wählen und die Größe zu testen, in die Büroräume von Lemgo Marketing kommen. Zur Anprobe der verschiedenen Kleidungsstücke befindet sich dort eine Ankleidekabine mit Spiegel.



**LEMGOER
EISWELT**



Lemgo
Marketing e.V.

Kramerstraße 1
32657 Lemgo

Telefon: 05261 98870
Fax: 05261 988728
E-Mail: info@lemgo-marketing.de

V.i.S.d.P.: Wolfgang Jäger
Texte und Fotos: Lemgo Marketing
Layout: Heiko Marx

Der Motor für die Innenstadt!

Lemgo Marketing e.V. vertritt Ihre Interessen gegenüber Politik, Verwaltung, Presse und natürlich gegenüber Ihren Kunden.

Der Handel braucht den gemeinsamen Auftritt, um durch gemeinsame Forderungen und Ziele bei den entsprechenden Partnern erfolgreich zu sein.

Gemeinsame Forderungen sind starke Forderungen!

www.lemgo-marketing.de

Wir wollen die „Lemgoer Eiswelt 2010/2011“!

12. November 2010 bis 9. Januar 2011

700 qm Eisfläche

2 Großbildleinwände für Werbung und Musikvideos

eine Veranstaltung von



SPONSORPAKETE

Hiermit beteiligen wir uns, als Mitglied von Lemgo Marketing, an der „Lemgoer Eiswelt 2010/2011“ mit:

100,00 € + MwSt.

Der Sponsorpartner erhält folgende Leistungen:

- 10 Eintrittskarten inkl. Schlittschuhverleih zur freien Verwendung (Wert 70 €)
- Aufnahme im Partnerpool – Geschäftsname wird im Programmheft aufgeführt (Auflage mindestens 50.000 Stück)

500,00 € + MwSt.

Der Sponsorpartner erhält folgende Leistungen:

- Namensdarstellung im Programmheft (Auflage mindestens 50.000 Stück)
- Einbindung und regelmäßige Darstellung auf der Großbildprojektion (ca. 9 x 7 m)
- 50 Eintrittskarten inkl. Schlittschuhverleih für Kunden, Geschäftspartner u. a. (Wert 350 €)
- Individuelle Vereinbarungen sind selbstverständlich zusätzlich möglich
- Darstellung auf Sponsorwänden im Eisweltgelände

Hauptsponsor (ab 2.000 €) mit Betrag _____ € + MwSt.
nach individueller Vereinbarung

Der Sponsorpartner erhält folgende Leistungen:

- Logodarstellung auf Plakaten, Bannern und Programmheften (Auflage mindestens 50.000 Stück)
- Beteiligung an allen Presseterminen
- Branchenexklusivität
- Einbindung und regelmäßige Darstellung auf der Großbildprojektion
- _____ Eintrittskarten inkl. Schlittschuhverleih (Anzahl nach Absprache)
- Individuelle Vereinbarungen sind selbstverständlich zusätzlich möglich
- Logo-Darstellung auf Sponsorwänden im Eisweltgelände

Ich habe Interesse, die Eisbahn exklusiv anzumieten.

Wir sind dabei!

Firma/Geschäftsname _____

Datum, Unterschrift _____

Bitte zurücksenden an Fax-Nr. 05261/ 98 87 28

ANTWORTFAX

Bitte zurücksenden an Lemgo Marketing Fax-Nr. 98 87 29

HIERMIT BESTELLEN WIR:

Autoaufkleber _____ Stück
(15 x 7 cm) Pro Stück 2,50 € inkl. 19 % MwSt.

Spruchband für unser Schaufenster _____ Meter
(11 cm hoch) Pro lfd. Meter 8,- € inkl. 19 % MwSt.

Ja, wir möchten das neue Braker Logo verwenden

Per Mail zusenden an folgende Mail Adresse:

CD zuschicken

Absender / Geschäftsname / Stempel

Lemgo Marketing e. V.
Kramerstr. 1
32657 Lemgo
Tel.: 0 52 61/ 98 87 -0
Fax: 0 52 61/ 98 87 29
E-Mail: info@lemgo-marketing.de
www.lemgo-marketing.de