

Club-Marketing

Moderne Art des Lions- und Rotary-Clubs startet mit Agentur OneCircle

Nach dem neuen Etat von Azubo.de kann **OneCircle** den nächsten Streich melden. Ohne Pitch sichert sich die Düsseldorfer Agentur den gesamten Einführungs-
etat von **Lunch Club Deutschland**. Zu den Aufgaben gehören u.a. Anzeigen, PR und Online-Maßnahmen. Consultant **Jan Bohlken**, Kopf der Düsseldorfer Neugründung: "OneCircle hat sich mit einer Vielzahl strategischer Überlegungen eingebracht, die unsere Entwicklung sehr positiv vorantreiben werden. Darüber hinaus hat sie kreative Ideen entwickelt, mit der wir uns die Aufmerksamkeit unserer exklusiven und meist sehr beschäftigten Zielgruppe sichern". Die Grundidee stammt aus den USA, wo im Jahre 2001 Jared Nissim den Lunch Club New York gründete. Seine Idee als Freiberufler war es, nicht immer allein essen zu müssen und ab und zu dem



Jan Bohlken, Lunch Club

Büro zu entfliehen, um sich mit Gleichgesinnten auszutauschen. Mittels Lunch Club Deutschland können Unternehmer, Selbstständige, Freiberufler und Führungskräfte aus allen Branchen für einen jährlichen Beitrag den Aufbau und die Pflege ihres professionellen Netzwerkes betreiben. Der Club der Networker konstituierte sich vor gut zwei Monaten in Düsseldorf. Demnächst starten Clubs in Essen (7.10.), Hamburg (21.10.), Köln (28.10.), Frankfurt, München und Stuttgart (Anfang November) sowie Berlin (voraussichtlich Anfang 2005). Logistik und Verwaltung läuft über das Internet – unter www.lunchclub.de können sich Neumitglieder anmelden. Mitglieder loggen sich ein, wählen eine Stadt und einen Termin aus und melden sich – soweit noch Plätze frei sind – für das Mittagessen an. "Alle, die weltoffen, kommunikativ, aufgeschlossen und neugierig sind, finden im Lunch Club Deutschland Gleichgesinnte. Im Grunde ist das die moderne Weiterführung des Lions- und Rotary-Clubs – nur nicht so elitär und etwas ungezwungener", so Bohlken. (rk)