

MARKETING-CLUB HAGEN E. V.  
Mitglied der Deutschen Marketing-Vereinigung

## Marketing international

Sensationell groß war das Interesse am 2. Club-Abend im Queens-Hotel. Trotz Karneval begrüßte Dr. Kreyer weit über 100 Freunde und Mitglieder des MC Hagen. Lag es am Thema? Sicherlich war gerade im Hinblick auf den EG-Binnenmarkt der

Vortrag von Robert Mayr über "Erfolg durch internationales Marketing" ein Volltreffer. Lag es an der rundum gelungenen Premiere? Sicherlich hat die fantastische Erstveranstaltung im Januar viele zum Wiederkommen bewegt. Oder liegt es

schlichtweg am großen Interesse der Mitglieder und Freunde des Hagener Clubs, sich umfassend über Marketing informieren und ebenso ausführlich darüber diskutieren zu wollen? Der nächste Club-Abend am 7. März wird's zeigen.

*"In allen Märkten zunächst präsent sein. Dann erfolgreich werden und die Position ausbauen."*  
**Robert Mayr**

### STIHL hat das Ohr dicht am Markt



**Robert Mayr** referierte über "Erfolg durch internationales Marketing". Der Geschäftsführer Marketing der Firma STIHL weiß durch jahrelange

Erfahrung, was im internationalen Vertrieb Sache ist. Für STIHL bedeutet internationales Marketing, fremde Kulturen und Mentalitäten zu beeinflussen. Kriterien bzw. Restriktionen für den Einsatz des gesamten Marketinginstrumentariums sind unter anderem

- Bildungsstand
- Einstellungen
- Fremdsprache
- Politisches System
- Rechtsordnung
- Distributionsbedingungen
- Infrastruktur
- Wettbewerbsbedingungen

Um all diese Dinge erfassen und dann ein leistungsfähiges Marketing betreiben zu können, muß die Marketingforschung einen hohen Stellenwert einnehmen. Entscheidend ist weniger die Methode der Marketingforschung als vielmehr die

Kunst, das Ohr ganz dicht am Markt zu haben. Persönliche Kontakte und Informationsreisen sind sehr wichtig, um die landesspezifischen Marketing-Kriterien "erfühlen" zu können.

### Diskussions-Ausschnitte

**Karl Schmelzer**, Geschäftsführer Adronit-Werk, Wetter / Ruhr: Sie sagten, bevor wir erhebliche Marktanteile verlieren, nehmen wir lieber Ertragsverluste hin. Wo setzen Sie die Grenzen?

**Robert Mayr:** Exemplarisch für diese These sind die Länder Brasilien und USA. Hier orientieren wir uns beispielsweise an der Wechselkursveränderung. Sollte die DM/ Dollar-Relation bei DM

1,70 angelangt sein, so befindet sich hier für uns eine sehr kritische Schmerzgrenze. Jedoch ist der Umsatz wie auch der Marktanteil in USA sehr hoch. Es gibt hier keine Patentantwort, nur einen langen Atem.

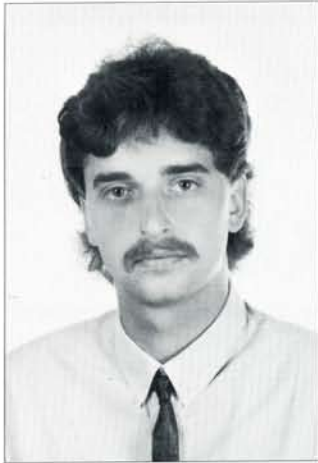
**Günter Schäfers**, Gesamtverkaufsleiter Ausland Theis Kaltwalzwerke: Sie haben in Ihrem Vortrag die Versicherungsgesellschaft Hermes nicht gerade gelobt. Wie sichern Sie Ihre Exportkredite ab, besonders die 30% Umsatz, die über Importeure im Ausland vertrieben werden?

**Robert Mayr:** Bei eigenen Töchtern nehmen wir keine Kreditabsicherungen vor. Bei Importeuren auch nicht, da diese sehr sorgfältig und vor Ort ausgesucht worden sind. Wir haben gute Partner, denen wir vertrauen. Dort, wo wir direkten Export betreiben, helfen wir uns durch Akkreditive. Grundsätzlich haben wir keine Kreditabsicherungen.





# intern



## Liebe Clubfreunde!

Wie Dr. Kreyer am 2. Clubabend berichtete, läuft die Arbeit in den Ausschüssen auf Hochtouren. In der Mitgliederwerbung, der Öffentlichkeitsarbeit sowie der Programmgestaltung steckten die Verantwortlichen den groben Rahmen für ihr weiteres Vorgehen ab.

## Programmgestaltung

Hinsichtlich der Programmgestaltung verlautete, daß im Falle eines plötzlichen Ausfalls eines Referenten der Club gerüstet sein müsse, einen Abend in Eigenregie zu gestalten. Es wurde vorgeschlagen, das Thema "Marketing für Zulieferer bzw. Lieferanten" durch den Programmausschuß erarbeiten zu lassen.

## Mitgliederwerbung

Die aktuelle Mitgliederzahl übertrifft alle Erwartungen. Dennoch ist das Ausschußteam um Dr. Kreyer nicht restlos glücklich. Denn die Bereiche außerhalb Hagens sind unterrepräsentiert. Aus diesem Grunde ist jedes Mitglied aufgerufen, hochkarätige Marketing-Führungskräfte aus dem weiteren Umkreis Hagens für die Mitarbeit im Club zu gewinnen.

## Impressum

Konzept  
und Realisation:  
CPC-Werbeberatung,  
Herdecke

Redaktion:  
Uwe Schedlbauer,  
HUSSEL GmbH, Hagen

## Öffentlichkeitsarbeit

Der DIALOG soll nach innen wie nach außen die PR-Arbeit des Clubs langfristig stützen. Des weiteren soll ein ständiger Kontakt zur Presse im SIHK-Raum aufgebaut und gepflegt werden. Die Imageverbesserung der heimischen Wirtschaftsregion soll eine der primären Aufgaben der Club-PR sein. Auch an die Übernahme von Sponsorships durch den Club wurde gedacht.

## Club-Mitglieder

Die angekündigte, ausführlichere Vorstellung der Club-Mitglieder mit Paßbild erfolgt ab DIALOG 3/89. Geplant ist, die einzelnen Personen mit den Angaben vorzustellen, die im Aufnahmeantrag gemacht wurden. Sollten Sie weniger oder aber auch mehr Angaben zu Ihrer Person wünschen, geben Sie bitte rechtzeitig im Clubsekretariat Bescheid.

## Sponsorship

Die Schwelmer Brauerei sponsorte den letzten Clubabend durch kostenlose Bereitstellung der Getränke. Wer folgt dem guten Werk der Schwelmer? Sponsoren braucht der Club. Auch bei der Akquirierung hochkarätiger Referenten.

Aktive vor!

Freundliche Grüße aus  
Hagen

Uwe Schedlbauer  
DIALOG-Redaktion

**P.S.:** Das Referat von Robert Mayr in voller Länge (ca. 50 Seiten) können Sie im Clubsekretariat abrufen.

## 3. Club-Abend am 7.3.1989



Warum sind bedeutende deutsche Firmen wie Rollei, Dual, Kreidler, Bauknecht und andere ganz plötzlich in ernste Schwierigkeiten gekommen?

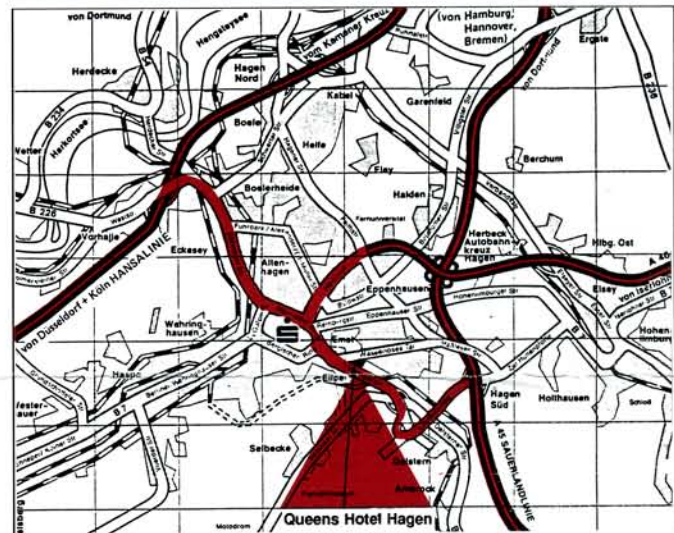
Für jeden dieser Fälle gibt es sicher eine Reihe von verschiedenen Gründen, die zur Insolvenz führten. Aber eines - da ist sich Ute von Reibnitz sicher - eines haben sie alle

gemeinsam: die zu starke Fixierung auf die Zahlen und Erfolge der Vergangenheit. Was in ihrer Planung fehlte, war ein systematisches "Vor-denken" der Zukunft.

Um nichts anderes geht es bei der Szenario - Technik. Ute von Reibnitz beschreibt in ihrem Vortrag "Szenarien als Grundlage strategischer Planung" wie die Szenario - Technik erfolgreich angewendet wurde und wird. Für die Unternehmensberaterin und Managementtrainerin ist Szenario - Technik kein neues Zauberwort. Diese Technik ist für sie vielmehr eine sehr brauchbare und auch relativ leicht zu praktizierende Methode, um die Zukünfte für das eigene Unternehmen und seine Aktivitäten im Markt durchsichtiger und damit greifbarer zu machen.

Also: Lassen Sie sich am 7. März von Ute von Reibnitz in die Szenario-Technik einführen. Beginn ist wie immer um 18.30 Uhr im Queens-Hotel.

## So finden Sie uns...



## Termine

7. März	6. Juni	3. Oktober
4. April	1. August	7. November
2. Mai	5. Sept.	5. Dezember

## Marketing-Club Hagen e.V.

### Clubsekretariat:

Helga Schreib, Hussel Süßwaren-Fachgeschäfte GmbH, Kabeler Straße 4, 5800 Hagen,  
Tel: 02331/690213, Telex: 823879, Telefax: 02331/690271