

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

Mitglied der Deutschen Marketing-Vereinigung

Vom Mittelmaß zum Marktführer

"Wir machen uns Gedanken darüber, wie unser Partner am Markt erfolgreich ist. Und wir müssen dafür sorgen, daß es dem Handwerker gut geht!" Diese beiden Aussagen geben treffend die von Hans H. Wilmes am 4. Dezember vorgestellte Marketing-Philosophie der PCI Polychemie Augsburg GmbH wieder. Vor über 40 Zuhörern begeisterte der Marketing-Referent nach der Begrüßung durch Dr. Hartmut Kreyer nicht nur durch seine leidenschaftliche Vortragsweise. Erwin Knöpfel hatte als Moderator des Abends bei der anschließenden Diskussion denn auch alle Hände voll zu tun.



"Vom Mittelmaß zum Marktführer". Unmöglich, sagen Sie? Mitnichten! Wie man das auch in einer Branche (Bau) schaffen kann, die in der Vergangenheit von verschiedenen Rezessionen heimgesucht wurde, machte Hans H. Wilmes am letzten Club-Abend deutlich.

Der Marketing-Referent der Augsburger PCI skizzierte zunächst die bauwirtschaftliche Marktentwicklung im Zeitablauf und dann den Baustoffmarkt mit 49 Wettbewerbern im Bauwerkstoffbereich Fliesen-Verlegeprodukte.

Die Durchgängigkeit der Marketing-Strategie von der Herstellung bis zum "Letztbenutzer" habe für PCI höchste Priorität gehabt und sei Garant dafür gewesen, daß die Polychemie Augsburg GmbH in den letzten zehn Jahren zum Marktführer in ihrer Branche avancierte.

So befasse man sich bei PCI nach den Worten Wilmes' auch weniger mit dem ureigenen als dem Marketing der Partner auf der Absatzseite. Als da wären: der Baufachhandel (Fliesenfachhandel), der Fachmarkt, aber auch und insbesondere der Handwerker (Verarbeiter am Bau) sowie last but not least der "normale" Verbraucher. So betreibe PCI auch ganz bewußt Endverbraucher-Werbung, um einen Nachfragesog entstehen zu lassen.

Alles Gute!

Wilhelm Zundler, Vizepräsident der Deutschen Marketing-Vereinigung (DMV) und seit 30 Jahren einer ihrer herausragendsten Vertreter, wird mit 71 Jahren seine Ehrenämter zum Ende dieses Jahres niederlegen. Zundler begleitete als Präsidiumsmitglied des DMV die Gründung zahlreicher Marketing-Clubs – so auch die des MC Hagen. Er betreute auch die Marketing-Foren auf den Hannover-Messen Industrie und .CEBIT sowie das Programm des Deutschen Marketing-Tages. Wilhelm Zundler wurde 1985 für sein ehrenamtliches Wirken das Bundesverdienstkreuz erster Klasse verliehen.

Als Wilhelm Zundler im Mai dieses Jahres im Rahmen seiner "Abschiedstournee" in Hagen Station machte, brachte er auch die Hoffnung zum Ausdruck, der Marketinggedanke möge schon bald in den östlichen Teilen Deutschlands Platz greifen. Zundlers Appell fiel auf fruchtbaren Boden: bis Ende 1990 werden acht Marketing-Clubs in der ehemaligen DDR ihre Arbeit aufgenommen haben.

Wir vom Marketing-Club Hagen wünschen Herrn Zundler auch auf diesem Wege alles Gute – vor allem Gesundheit – für die Zukunft!



Der MC Hagen ist gegründet! Wilhelm Zundler (links) wünscht Willi Denecke am 22.11.88 viel Erfolg.



"Der Markt ist nur an der Basis zu bewegen", ist der Wahlspruch des PCI-Marketing. Dieses Statement in Anlehnung an das Zitat von Ludwig Erhard "Die freie Marktwirtschaft ist eine Veranstaltung von Verbrauchern" ist für die Augsburger weit mehr als nur eine Floskel. Das drückt sich denn auch in der Zielgruppendefinition aus, wo ganz oben die Handwerker sowie die Verbraucher, sei es als Kunde des Verarbeiters oder als Selberrmacher, stehen.

So gibt es im Marketing bei PCI auch den Begriff des "Handwerkmarketing", wo klar und deutlich die Identifikation mit dem Kunden, seiner Existenz, seiner Kultur und seinem unternehmerischen Selbstverständnis geregelt ist, führte Wilmes aus. Die Servicepolitik in Richtung der Zielgruppen Handwerk und Endverbraucher habe im Marketing-Mix der PCI einen sehr hohen Stellenwert. Und "das Marketing-Mix ist Ausdruck unserer Denkweise", erklärte Wilmes, um gleich hinzuzufügen "und diese Denkweise als Identifikation mit den Kunden muß spürbar und sichtbar gemacht werden."



intern



Liebe Clubfreunde,

mit Neu-Mitglied Peter Stommel vom Hagener Peter Stommel dekoenter, den wir auch auf diesem Wege herzlichst im Club begrüßen, zählt der MC Hagen nun 164 Mitglieder. Darauf dürfen wir alle ruhig ein bißchen stolz sein.

Wir haben ein erfolgreiches Club-Jahr hinter uns. Was Sie im kommenden Jahr an Veranstaltungen bei uns erwarten dürfen, entnehmen Sie bitte dem auf dieser Seite abgedruckten Programm 1991. Für die Programmgestaltung haben wir Anregungen aus Ihrem Kreise aufgenommen. Bei der endgültigen Planung hat sich Dr. Markus Hoffmeister stark engagiert.

Mit Freude erfüllt uns alle, daß zum Ende dieses Jahres schon acht Marketing-Clubs in der ehemaligen DDR ihre Arbeit aufgenommen haben. 'Selbstbedienung in fremder Erfahrung' wird so auch für die Regionen Chemnitz, Dresden, Halle, Leipzig, Erfurt, Rostock, Zwickau und Magdeburg zu einer festen Größe.

Zum Schluß möchte ich uns allen im Namen des Vorstands und des Beirats des Marketing-Club Hagen ein frohes Weihnachtsfest und ein Gutes Neues Jahr wünschen

G. Heinemann
Dr. Gerrit Heinemann,
Geschäftsführender Vorstand

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Sabine vom Heede,
DOUGLAS HOLDING AG,
Kabeler Straße 4, 5800 Hagen,
Tel: 0 23 31 / 69 03 60, Telex:
823879, Telefax: 0 23 31 / 69 06 90

1. Clubabend im Neuen Jahr am 08.01.91

Management und Ökologie heißt das Thema, mit dem sich **Dipl.-Kfm. Klaus Günther** am 08. Januar 1991 vor unserem Club auseinandersetzt.

Es ist noch nicht sehr lange her, daß die Fragen des Umweltschutzes für Unternehmen primär den Charakter einer kostensteigernden Nebenbedingung hatten. Inzwischen stellt sich aber heraus, daß der Zwang zu weniger Dreck für viele Firmen nicht nur Risiko sondern auch Chance sein kann. Auf diese Erkenntnis baut Klaus Günther seinen Vortrag auf.

Günther, der als Vorstand der BFM Unternehmensbeteiligungsgesellschaft für den Mittelstand AG sowie als Vorsitzender des "Förderkreis Umwelt future" e.V. tätig ist, zeigt an konkreten Beispielen auf, was im Einzelfall einen Unternehmer motivieren kann, sein Unternehmenskonzept ökologisch zu orientieren. Anschließend geht Günther ausführlich auf die Themen "Nachfüllpackung" und "TA Luft" ein und stellt den Unternehmer in der umweltpolitischen Diskussion dar. Dabei hat die Mitarbeit im "Förderkreis Umwelt future" hohen Stellenwert.

Zum Schluß wird der Referent unter der Headline "Orientierungen" noch mal ein Plädoyer dafür halten, die Umweltkrise als Chance zu begreifen, denn "wer die Umweltprobleme nicht ernst nimmt, ist selber eins!"



Also: Am 8. Januar 1991 um 18.30 Uhr im Queens-Hotel: Klaus Günthers Vortrag über Management und Ökologie nicht verpassen!

Das Programm 1991

8. Januar
Management und Ökologie
Klaus Günther,
BFM AG

5. Februar
Erfolg durch Zuliefermarketing
(Workshop/Eigenveranstaltung)
Prof. Kuss, Dr. Hoffmeister,
Herr Selter, Herr Rau, Dr. Willmann

5. März
Unternehmensphilosophie auch für mittelständische Unternehmen
Horst Rückle,
HR-Team GmbH

2. April
Marketing bei Porsche
Arno Bohn,
PORSCHE AG

7. Mai
Kundenorientierung durch aktives Beschwerde-Management
Prof. Dr. Ursula Hansen,
Institut für Betriebsforschung,
Universität Hannover

4. Juni
Erfolgreiches Marketing durch Mitarbeitermotivation
Rainer Megerle,
MEGERLE AG Gewerbe- und
Industriefußböden

2. Juli
Planen im Fernen Osten – Führen in Deutschland: Marketing-Strategie der Japaner
Klaus Zimmermann,
SONY DEUTSCHLAND GmbH

6. August
Sommerpause

3. September
Aluminiumprofile – Halbzeug- und Markenartikel
Dr. Walter Hueck,
E. HUECK METALLWALZ- UND
PRESSWERK

1. Oktober
Marketing für erklärungsbedürftige Leuchten
Dr. Markus Hoffmeister,
HOFFMEISTER LEUCHTEN

5. November
Wettbewerbsvorteile durch Differenzierungs-Management
Prof. Dipl.-Ing. Friedhelm Kramer,
SCHAEFFER GmbH

3. Dezember
Dynamisches Marketing in technologiegeprägten Märkten
Hansjörg Kuhn,
LOEWE OPTA GmbH

Sponsoren

Schwelmer Brauerei, Schwelm
Brandt, Hagen
Werbestatt Wiesemann, Hagen
CPC-Werbeberatung, Herdecke

Impressum

Konzept
und Realisation:
CPC-Werbeberatung,
Herdecke

Redaktion:
Uwe Schedlbauer
DOUGLAS HOLDING AG,
Hagen