

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

Mitglied der Deutschen Marketing-Vereinigung

Profil durch Alu-Profile

"Kein Marketing-Ziel kann erreicht werden, wenn im Führungskreis Meinungsverschiedenheiten nicht ausdiskutiert werden und eine gemeinsame Linie nicht gefunden wird. Der Konsens in der Firmenspitze ist von lebenswichtiger Bedeutung," sagte Dr.-Ing. Walter Hueck zum Abschluß seines Vortrages "Aluminium-Profile – Halbzeug- und Markenartikel". Zuvor hatte Dr. Hueck die 40 Mitglieder und Gäste umfassend informiert über die Anforderungen an das Marketing in der Aluminium-Industrie sowie die Lösungen in der Firma Hueck.



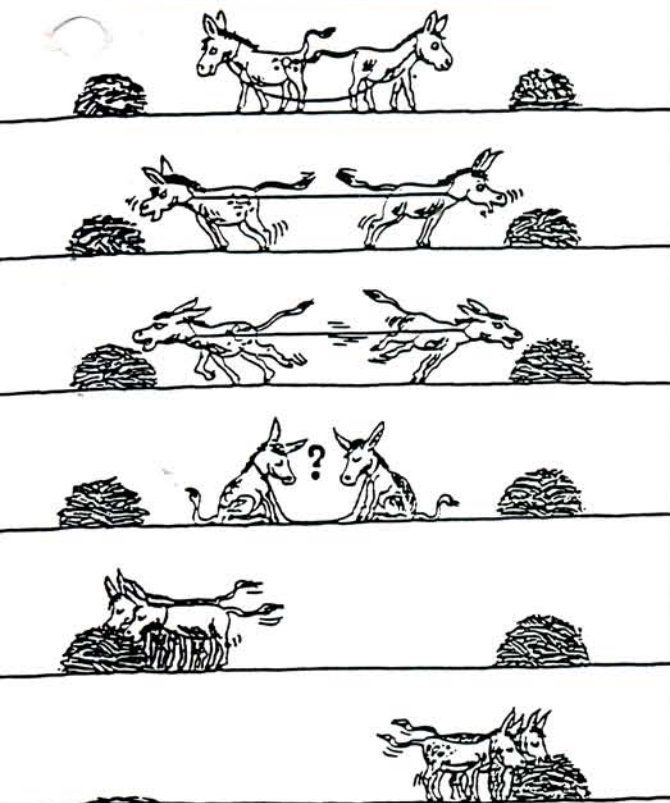
"Jeder von uns verbindet mit dem Begriff eines 'Metallwalz- und Preßwerkes' eher Gedanken an heiße Öfen, laute Walzen und metallverformende Pressen als Assoziationen wie marktnahe Produkte, Werbung und eben Marketing," wies Dr. Hueck eingangs seines Referates auf gewisse branchenbedingte "Assoziationsprobleme" hin: "In der Tat, wir hatten es schwer, unsere Vergangenheit und Gegenwart als Produktionsbetrieb mit angeschlossenem Vertrieb zu verbinden mit unserer Gegenwart und Zukunft als europaweit tätiger Anbieter von Halbzeugen für viele Industriebereiche und Systemlösungen für das Bauwesen. Aber wir haben es geschafft: Ein großer Teil unserer Produkte ist in der Metallbaubranche zu einem Markenartikel geworden."



ziertes System in ganz Europa verkaufen läßt und wie in jedem Land spezielle Varianten hinzukommen."

Im Gegensatz zum Halbzeuggereich, der unter starkem Importdruck stehe, ließen sich die Systeme als speziell entwickelte Markenartikel gut exportieren. Dr. Hueck führte weiter aus, wie wichtig es bei einer solchen auf Europa ausgerichteten Vertriebsorganisation sei, Marketing-Impulse nicht nur von der Mutter- zu den Tochtergesellschaften zu geben, sondern auch in umgekehrter Richtung Einflüsse in der Zentrale aufzunehmen.

Management



Unter Halbzeug verstehe man in der Regel vom Kunden entwickelte Profile, die bei mehreren Werken angefragt und dann je nach Preissituation und Lieferfähigkeit vergeben werden. Den Markenartikel grenzte Dr. Hueck im Vergleich zum Halbzeug ab als von Hueck konzipierte Profil-Lösungen mit allen Funktionen und Zubehörteilen, die zum Bau von Fenstern, Türen und Fassaden erforderlich seien.

Zum Hueck-System-Programm gehören 369 Profile, führte Dr. Hueck weiter aus. Mit diesen könnten die Kunden Fenster und Türen, aber auch verschiedene Fassaden-Konstruktionen bauen. Wichtig sei, daß diese Konstruktionen untereinander soweit wie möglich kompatibel sind. Das System als Ganzes sei als Markenartikel zu betrachten, für dessen Verarbeitung Partner im Metallbau im In- und Ausland gefunden werden müßten, betonte Dr. Hueck: "Es ist interessant mitzuerleben, wie gut sich ein solches qualifi-

„ Wem es am besten gelingt, europaweit zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Artikel am gewünschten Ort anzuliefern, der hat im Wettbewerb die Nase vorn. “

Dr.-Ing. Walter Hueck

intern



Liebe Clubfreunde,

Vorstand und Beirat freuen sich über die steigende Mitgliederzahl in unserem Club. Nach fast dreijährigem Club-Bestehen sind wir heute mehr als 170 Mitglieder. Als neue Mitglieder heißen wir herzlichst willkommen:

Karl-Stephan Mauer,
Fa. Brandt, Hagen

Prof. Dr. Michael Müller,
Märkische FH, Iserlohn

Lutz Tim Tölle,
Fotostudio Tölle, Iserlohn

Jörg Könemann,
Presse-Grosso Könemann, Hagen

Erich Woggon,
Schnöring GmbH, Schalksmühle

Ein wichtiges Kriterium für den Erfolg unseres Clubs ist sicher die Gestaltung des Programmes. Auch im kommenden Jahr werden interessante Referenten mit Themen aus den Bereichen Internationales Marketing, Strategie- und Unternehmensplanung, Design und Öko-Marketing eingeladen, um unsere Clubabende hochkarätig werden zu lassen. Auch ein Workshop und eine Exkursion zu einem europaweit tätigen Markenartikel-Hersteller sind geplant.

Das vollständige Programm '92 finden Sie in einer der nächsten DIALOG-Ausgaben.

Freundliche Grüße aus Lüdenscheid

Markus Hoffmeister
Dr. Markus Hoffmeister,
Vizepräsident

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

9. Clubabend am 1. Oktober:

Exkursion nach Lüdenscheid zu Hoffmeister-Leuchten

Der nächste Clubabend am 1. Oktober wird nicht wie gewohnt im Queens-Hotel, sondern in Lüdenscheid stattfinden. Wir sind dann ab 15.30 Uhr auf Einladung von Dr. Markus Hoffmeister zu Gast im Hause Hoffmeister. Den genauen Zeitrahmen der Veranstaltung veröffentlichen wir hier im DIALOG:

- **15.30 Uhr**
Beginn der Veranstaltung,
Besichtigung des Werkes Nord:
- Verkaufsförderung
- Stromschienen- und System-
produktion
- Versand
- Hochregallager
- Fuhrpark
- **16.30 Uhr**
Fahrt zum Werk Stadtmitte
- **17.00 Uhr**
Besichtigung der Lichttechnik
und Lichtplanung:

- Drehspiegelphotometer
- Schutzartprüfraum
- Klimaraum
- VDE-Labor
- Rechnerraum

- **18.00 Uhr**
Besichtigung des Lichtstudios
- **18.30 Uhr**
Imbiß
- **19.00 Uhr**
Vortrag "Marketing für
erklärungsbedürftige Leuchten"
- **21.00 Uhr**
Ende der Veranstaltung

Also: Am 1. Oktober nichts wie hin nach Lüdenscheid. Dr. Markus Hoffmeister freut sich, möglichst viele Clubmitglieder begrüßen zu dürfen. Anfahrt, Treffpunkt und Parkmöglichkeiten kommen mit separater Post vom Club-Sekretariat.

DEUTSCHER MARKETING TAG 25. 10. 1991

MIT QUALITÄT GEWINNEN

FRANKFURT, ALTE OPER

Sponsoren

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

Impressum

Konzept
und Realisation:
CPC-Werbeberatung,
Herdecke
Redaktion:
Uwe Schedlbauer
DOUGLAS HOLDING AG,
Hagen