

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

Mitglied in der Deutschen Marketing-Vereinigung
Berufsverband des Marketing-Managements

Per Mausklick präsent am Point of Sales

„Für die Konkurrenzfähigkeit einer Organisation wird es eine zentrale Rolle spielen, ob das Unternehmen über die neuen Informationskanäle kommunizieren kann oder nicht.“

Kein Geringerer als der Herr über Bits und Bytes, Bill Gates, sagte das. Und Dr. Jürgen Rüttgers, Bundesminister für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie, sieht besondere Chancen in der raschen Nutzung der neuen Kommunikations- und Mediatechniken für zukunftssträchtige Arbeitsplätze und Beschäftigung am Standort Deutschland.

Bereits zehn Prozent der deutschen Firmen nutzen Online-Dienste und das Internet. Rumstöbern und Erkunden („Surfen“) stehen für Manager an erster Stelle der Anwendergründe vor der Suche nach Produkt- und Service-Informationen (Ergebnis einer Nielsen Studie in den USA).



Rund 60 Teilnehmer am Workshop drängen in das digitale Weltnetzwerk ein.

Obwohl es noch keine verlässlichen Zahlen über die Ausdehnung des „Netzwerkes von Netzwerken“ gibt, so scheint es doch sicher, daß in etwa fünf Jahren jeder Mensch, zu dem wir im Geschäfts- und Privatleben Kontakt haben möchten, über eine Datenleitung erreichbar ist.

Kommunikation als Weltspiel? Leben in einer elektronischen Biosphäre? Ein tiefgreifender Kulturwandel beginnt sich zu vollziehen. Kleine und mittlere Unternehmen stehen dabei vor schwierigen und kostenträchtigen Entscheidungen:

- Welche technische Ausstattung zur Nutzung von Internet und Multimedia ist erforderlich und wie funktioniert sie?
- Welche Bedeutung haben diese Systeme für die Nutzung in mittelständischen Unternehmen?
- Wann und wie werden die Systeme tatsächlich in den Betrieben gebraucht?



Dr. Kai Wilke (links) dankt den beiden FI-Geschäftsführern Dr. Burkhard Fritz und Michael Breker sowie den Firmen Quitmann, Blesel, Telekom Hagen und dem Queens-Hotel für Mitwirkung und Unterstützung.

Diesen Fragen spürte der Club-Workshop am 2. Juli 1996 nach, der sich –unter der Moderation von Beiratsmitglied Dr. Kai Wilke mit den beiden Themenkomplexen „Internet–Weltweiter Informationsaustausch auf der Datenauto-bahn“ und „Multimediale Kommunikation und Imagepflege“ befaßte.

Als Experten hat der Club die Iserlohner FI-Unternehmensgruppe nach Hagen geholt. Geschäftsführer Dr. Burkhard Fritz übernahm die Leitung der Gruppe „Internet“.

Zum explosionsartigen Durchbruch des Internet habe das World Wide Web (WWW) beigetragen. Mit seiner graphischen Benutzeroberfläche, der einfachen Handhabung und der multimediale Fähigkeiten sei das WWW das Informationssystem der Zukunft.

Betrachten und Erstellen von einfachen WWW-Dokumenten gehe heute mit jedem Standardarbeitsplatz, wobei der PC das Rückgrat der Kommunikation sei. Dem Mittelstand böten sich Anwendungsfelder in der Produktion (z.B. tech-

nische Beschreibungen eines Produktes), in der Beschaffung (z.B. „Welche Produkte kann ich beziehen?“), im Marketing (z.B. „Was habe ich zu bieten?“) und im Vertrieb (z.B. „Wer ist mein Ansprechpartner?“).

In der zweiten Arbeitsgruppe (Multimedia) sorgte FI-Geschäftsführer Michael Breker für die notwendigen Basisinformationen. Den Nutzen für kleine und mittlere Betriebe ortete er u.a. in der kundenfreundlichen, komfortablen Informationsbereitstellung, in aktiver Verkaufspräsenz und im Lenken von Kaufentscheidungen. Die interaktive Übermittlung von Ton, Text und Bild eröffne neue Wege im Dialog mit den Kunden und trage zur Verbesserung der internen Kommunikation bei. Der besondere Wettbewerbsvorteil liege vor allem in der hohen Reaktionsbereitschaft (z.B. 24-Stunden-Bestellservice) und in der Kundennähe. Breker: „Ihr Unternehmen ist beim Kunden immer präsent.“

Deutlich wurde in der Diskussion innerhalb der Arbeitsgruppen, daß Internet und Multimedia eine zukunftsweisende Platt-



(Blick in den Workshop)

form für innovative Wege des Direkt-Marketing und -Vertriebes sowie der Optimierung firmeninterner Arbeitsprozesse und effektiver Kundenbindung sind. Allerdings muß der Einstieg sorgfältig geplant und vorbereitet werden, um Orientierungslosigkeit und Hektik zu vermeiden.

intern

Liebe Clubfreunde,

Relationship-Marketing, eine weitere neue Worthülse aus der fleißigen Feder unermüdlicher Marketing-Theoretiker? Oder ein unverzichtbares Instrument im modernen Marketing? Der 24. Deutsche Marketing-Tag in Leipzig geht dieser Frage nach. Denn

viele Unternehmen stehen vor der Aufgabe, die Beziehungen zu ihren Geschäftspartnern, zu ihren Kunden, kurz: zu ihrem gesamten geschäftlichen und gesellschaftlichen Umfeld auf eine professionelle und systematische Basis zu stellen. Ob Value Marketing oder Franchising, in Leipzig haben Sie die Gelegenheit prominente Referenten zu den verschiedenen Facetten des Relationship-Marketing zu hören – u.a. den ehemaligen Bundesaußenminister Hans-Dietrich Genscher und den Obi-Chef und letztjährigen Preisträger des deutschen Marketing-Preises, Manfred Maus.

Relationship-Marketing in eigener Sache: Wir bitten Sie um Ihre Empfehlung für den Hagener Marketing-Preis 1997.

**Nominierungen
bis 31. August 1996**

Vorschläge – auch Selbstvorschläge – können von Mitgliedern und Nichtmitgliedern gemacht werden. Die Bedeutung des Hagener Marketing-Preises steigt kontinuierlich – dank der hervorragenden Leistungen der bisherigen Preisträger. Nennen Sie uns also Unternehmen und Unternehmer, die außergewöhnliche Leistungen im Marketing erbringen. Und ich bin mir sicher, daß die Preisverleihung im Januar '97 wieder einmal ein weiteres Highlight im Rahmen unserer Club-Aktivitäten sein wird.

Ihr

C.P. Claudy

**Marketing-Club
Hagen e.V.**

Clubsekretariat:

Claudia Kaschig
DOUGLAS HOLDING AG
HUSSEL GmbH
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen
Tel.: 02331/690-153
Fax: 02331/690-647

Clubabend am 3. September um 18.30 Uhr

Dienstleistungsland Deutschland – was wir noch lernen müssen



Die Bundesrepublik ist unterwegs, ein Dienstleistungsland zu werden. Aber sind wir Deutschen mental wirklich darauf eingestellt? Die optimale Dienstleistung ist häufig die Abweichung von der Norm und setzt Kreativität voraus – wie kann ich Dienstleistungsprozesse verbessern? Die Produktionsdenke hat uns dies nicht gelehrt. Dienstleister durch und durch zu sein bedeutet auch Abgehen von festen Strukturen, braucht Liberalität und Individualität. Das Wort „dienen“ beinhaltet eine Grundeinstellung, der sich viele in unserem Land nicht stellen wollen. Es gibt aber auch eine andere Seite der Sicht. Wenn es mit der Dienstleistungs-Einstellung schon schwierig ist, wie gut sind wir denn als Dienstleistungs-Empfänger? Was können wir von anderen Ländern und Mentalitäten lernen und was müssen wir ändern, um im künftigen globalen Wettbewerb bestehen zu können?

Die proaktive, qualitativ hochwertige Dienstleistung in Deutschland braucht zwei Dinge: Veränderung der Einstellung und das aktive Marketing für die „Chance Dienstleistung“. Gabriele Eick ist als Vorsitzende der Geschäftsführung für das Deutschlandgeschäft von Burson-Marsteller verantwortlich. Sie begann ihre Karriere '71 bei IBM Deutschland, zuletzt als Direktorin für das Vertriebspartner-geschäft. Von 1988–1990 war sie bei A.C. Nielsen Marketing Research als Marketing Direktor Europe für den Bereich Consumer Durables zuständig. Anschließend leitete sie bis 1994 die Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH als Vorsitzende der Geschäftsleitung. Frau Eick wurde vor 3 Jahren vom Wirtschaftsmagazin FORBES zur „Managerin des Jahres“ und vom Fachmagazin HORIZONT zur „Frau des Jahres“ gewählt.

Die proaktive, qualitativ hochwertige Dienstleistung in Deutschland braucht zwei Dinge: Veränderung der Einstellung und das aktive Marketing für die „Chance Dienstleistung“. Gabriele Eick ist als Vorsitzende der Geschäftsführung für das Deutschlandgeschäft von Burson-Marsteller verantwortlich. Sie begann ihre Karriere '71 bei IBM Deutschland, zuletzt als Direktorin für das Vertriebspartner-geschäft. Von 1988–1990 war sie bei A.C. Nielsen Marketing Research als Marketing Direktor Europe für den Bereich Consumer Durables zuständig. Anschließend leitete sie bis 1994 die Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH als Vorsitzende der Geschäftsleitung. Frau Eick wurde vor 3 Jahren vom Wirtschaftsmagazin FORBES zur „Managerin des Jahres“ und vom Fachmagazin HORIZONT zur „Frau des Jahres“ gewählt.

Aktuelle 10 Minuten

Die DMV traut sich, Herr Prof. Liese führte uns ein, in die Welt elektronischer Medien. Nachdem die Wirtschaftswoche, die FAZ und das Handelsblatt im Internet vertreten sind, gibt es nun das Inhaltsverzeichnis der letzten fünf Jahrgänge der Absatzwirtschaft auf Diskette. Die Steuerung basiert auf dem gängigen Windows-Verfahren und ist sehr einfach. Insbesondere die Möglichkeit, nach Stichwörtern Artikel zu suchen, ist interessant. Die Diskette ist eine Hilfe für alle, die öfter Vorträge halten, um schnell und zielgerichtet auf wichtige Informationen zugreifen zu können. Die Diskette kostet DM 20,- und macht natürlich nur Sinn, wenn man die Absatzwirtschaft sammelt. Auch eine umfangreiche CD mit den Aufsätzen ist in Entwicklung. Für viele stellt sie dann die Alternative zum Sammeln, Ordnen und „Rauskramen“ der entsprechenden Artikel dar.

Der MC Hagen und Ewald Dörken AG laden zum Clubabend ein ins Queens Hotel Hagen:

Ewald Dörken AG bietet eine breite Palette an Baufarben, Bauverbundfolien, und Industriebeschichtungssystemen.

Das Unternehmen mit Sitz im westfälischen Herdecke ist einer der wenigen noch im Familienbesitz befindlichen deutschen Farben- und Bauverbundfolienhersteller. Mit 650 Mitarbeitern erwirtschaftete Dörken, 1992 hundert Jahre alt geworden, im vergangenen Geschäftsjahr rund 280 Millionen Mark.

Die Sparte Farben umfaßt das Delta Bautenfarben-Sortiment mit Bunt-, Klar- und Weißlacken, sowie Holzlasuren etc., das Lucite Anstrichsystem und den Bereich Industrie-Beschichtungs-Systeme mit dem Mikroschicht-Korrosionsschutzsystem Delta-MKS sowie Pulverlacken und Speziallacken für das Elektrocoating.

In der Produktparte Bauverbundfolien werden Grundmauerschutz- und dränagesysteme, Unterspannbahnen, Abdeck- und Gerüstplanen sowie Garten- und Teichfolien gefertigt. Das Unternehmen unterhält Tochtergesellschaften in den Ländern Belgien, Frankreich, Tschechien und der Schweiz, sowie Vertriebsgesellschaften in Italien, Polen, Ungarn und Kanada.



MARKETING-CLUB
HAGEN E.V.

Zu Gast bei...

DÖRKEN

Wir begrüßen die neuen Mitglieder:

**Karl-Heinz Frettlöh,
Frettlöh GmbH**

**Dieter Rabenstein, P.A.D.
Werbeagentur**

**Andree Höfer, P.A.D.
Werbeagentur**

Impressum

Konzept
und Realisation:
CPC-Werbeberatung Herdecke
FotoKühle Hagen
Werbestatt Wiesemann Hagen

Redaktion:
Dr. Wolfgang Willmann,
SIHK Hagen