

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

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

„Arbeit macht Spaß oder krank!“

Spielerisch arbeiten macht Spaß und hilft weiter! Einiges über ganz normale Denkblockaden und wie man spielerisch damit umgehen kann. Der Referent, Dr. Jürgen Wonde, macht sie uns in amüsanter Weise bewußt und ermuntert uns, uns diesen zu stellen.

Als Einstieg präsentierte uns Dr. Wonde einfache geometrische Formen mit der Aufgabenstellung, diese in mehrere Dek-

kungsgleiche Teile zu teilen. Im ersten Fall kamen wir zur Lösung, indem wir Kästchen zählten oder die Form der Fläche nutzten. Dies funktionierte auch bei der zweiten Aufgabe. Von der ersten zur zweiten Aufgabe haben wir diese „Spielregel“ gelernt und versucht, sie auch auf die dritte Aufgabe anzuwenden. Doch hier funktioniert die Regel nicht. Unser Verstand, der ein selbständig musterbildendes System ist, blockiert uns mit genau dieser Eigenschaft. Es gibt eine sehr einfache – nur eben auch sehr andere – Lösung. Die gerade gelernte Spielregel ist nun kontraproduktiv.

Vor- und Nachteile der Musterbildung

- + Erkennbarkeit
- + Wiederholbarkeit
- + Anlaß für Erwartung
- Eingeschränkte Wahlmöglichkeiten
- Muster engt Kreativität ein
- Gefahr nicht adäquater, realitätsferner Lösungen
- das Problem wird dem Muster angepaßt

Dr. Wonde betont, daß Kreativität auf der eigenen Einstellung beruht. Selbstverständlich bin ich kreativ. Nur dann kann ich den Frust aushalten, die Lösung nicht sofort zu finden, doch an die Lösbarkeit der Aufgabe zu glauben. Es geht doch – und ich widme mich der Lösung zu 100%. Sage



ich: „Das geht nicht!“ muß ich das Problem ad acta legen.

Herr Dr. Wonde macht mit uns den Osbornschen Kreistest „Was ist rund?“ Beispielhaft Antworten einiger Clubmitglieder: „Kreis, Erde, Welt, Ball, Brötchen, Denkansatz, Idee, Geldstück, Kugel, Murre, Sache, Punkt, Autoreifen, Busreifen, Dreiradreifen, Fahrradreifen ...“ Wir machen sozusagen ein „Brainstorming mit uns selbst“.

Die immer wiederkehrende Frage lautet: „Was kann ich tun, um meine Kreativität zu steigern?“ Eine bewährte Methode ist das „Mind Mapping“. Auf einem Blatt Papier wird das Problem mit seinen Beziehungen visualisiert. So wird es überschaubar, und man kann andere bitten, die Zeichnung um Kritikpunkte und Lösungsvorschläge zu ergänzen.

Auf dem Weg zum Ziel ist die Frage, wer ein Problem verschuldet, irrelevant. Sie ist destruktiv und bindet Energie, die für einen Lösungsansatz nötig ist. Sie richtet sich gegen mich selbst, so daß ich keinen Spaß mehr an meiner Aufgabe habe. Wichtig ist jetzt ein Perspektivenwechsel. Wie würde ein Berater diese „Herausforderung“ angehen? Angst vor ungewohnten Handlungen muß abgebaut werden. Für Dr. Wonde bedeutet das, nach den Spielregeln der kreativen Phase zu leben:

- ◆ **Jedes Problem ist lösbar**
- ◆ **Masse vor Klasse**
- ◆ **Keinerlei Kritik**
- ◆ **Ideen anderer weiterverfolgen**
- ◆ **Ideen möglichst konkret formulieren**
- ◆ **Du kannst keine Fehler machen!**

So kann sich jeder für seine Aufgaben begeistern und seinen Mitarbeitern Authentizität vorleben. In diesem Sinne – spielen Sie mit!



intern

Liebe Clubmitglieder,

die Themen zu unseren Club-Abenden hinsichtlich der Relevanz für die eigene berufliche Tätigkeit attraktiv zu halten

ist eine der größten Herausforderungen innerhalb der Clubarbeit. Die Ergebnisse der Mitgliederbefragung bestätigen dem Marketing-Club Hagen gerade in diesem Punkt sehr gute Noten.

Versetzen wir

uns in die Gedankenwelt der Gastronomie, so stellen wir fest, daß eine große Zahl von Stammgästen, die sicherlich zur Gruppe der Feinschmecker zählen, regelmäßig jeden ersten Dienstag im Monat ein Vier-Sterne-Restaurant besuchen, das eine wechselnde Menüfolge bietet – eine Tatsache, die jeden Koch hoch erfreut, ihn jedoch gleichzeitig beflügeln muß, sein Niveau zu halten! Gute Köche wissen: Es ist schwer, einen Stern verliehen zu bekommen, aber noch schwerer ist es, ihn zu behalten. Der Verlust eines einzigen wäre ein Skandal.

Nun sind die Köche der Themenwahl im Marketing-Club ständig darauf aus, die Zahl der Stammgäste zu steigern. Der sicherste „Vier-Sterne-Weg“ ist das stete Streben nach dem Fünften. Da sich der Geschmack sowohl der neuen als auch der Stammgäste im Laufe der Zeit ständig ändert, lassen wir uns jederzeit in die Töpfe schauen und nehmen weitere Rezeptvorschläge gern entgegen.

Wir geben zu, daß die Ergebnisse der Befragung bei uns eine gewisse Zufriedenheit ausgelöst haben. Doch was soll geschehen, wenn die Feinschmecker der Zukunft den dann aktiven Club-Köchen die höchste Auszeichnung mit fünf Sternen bestätigen? In der dringenden Suche nach höheren Zielen müßten wir den sechsten selbst erfinden.

Ihr
Karl E. Dörken

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. Dezember 1996

ErichSixt, Sixt AG

Fast täglich begegnet man ihnen im Straßenverkehr: Den Sixt-Mietfahrzeugen. Sixt ist eine der ältesten Autovermietungen Deutschlands, gegründet 1912. Erich Sixt führt das Unternehmen in dritter Generation. 1967 trat er als Geschäftsführer in das Familienunternehmen ein. Unter seiner Leitung entwickelte sich Sixt vom lokalen Autovermieter zur Nr. 1 in Deutschland mit rund 240 Vermietstationen und einem Umsatz von 1,5 Mrd. DM.

Die Kampagne „Mercedes zum Golfpreis“, der Lizenzvertrag mit BUDGET, dem weltweit drittgrößten Autovermieter, die Gründung der Sixt Aktiengesellschaft und zahlreiche Service-Innovationen (z.B. Auto-Telefon ohne Aufpreis, Road-Fax, SIXT VISA Card, Rentomat oder Car Express) sind Meilensteine auf dem Erfolgsweg.



Als einer der ersten führte Erich Sixt 1969 das Fahrzeug-Leasing in Deutschland ein. Die Sixt Leasing GmbH ist heute eine der bekanntesten hersteller- und bekenneutralen Fahrzeug-Leasingfirmen. Das Sixt-Stationsnetz und jahrzehntelange Erfahrungen im Fuhrparkmanagement kamen dabei zugute.

In seinem Vortrag schildert Erich Sixt den Aufstieg seines Unternehmens als Beispiel dafür, wie die Schnellen die Langsamen überholen.

AN ALLE CLUB MITGLIEDER

Bitte beachten Sie das beigefügte Mitgliederverzeichnis sowie die Information zum Thema Sponsoring!

Der MC Hagen und die Carl Brandt GmbH laden ein ins Queens Hotel Hagen

Vielen Mitgliedern ist noch der Besuch bei Brandt im Mai 1994, bei dem wir der Produktion des Brandtzwieback auf den Grund gingen, in guter Erinnerung. Er steht für Gesundheit und Vertrauen und ist längst nicht mehr nur ein Nahrungsmittel für Kinder und Kranke. Mit frischen Ideen bringt der Marktführer den Zwiebackmarkt immer wieder in Bewegung und sorgt für eine anhaltend hohe Nachfrage und zufriedene Kundschaft.

Seit ihrem Bestehen hat sich die Brandt-Gruppe kontinuierlich zu einem bedeutenden Anbieter im Süßwarenbereich entwickelt, nicht zuletzt, weil ihre Marken für Qualität und Vielfalt in einem vernünftigen Preis-/Leistungsverhältnis stehen. Das umfangreiche Produktangebot repräsentiert die innovative Kompetenz des traditionsreichen Unternehmens.

Als sich der 26jährige Bäcker- und Konditormeister Carl Brandt am 21.10.1912 den Schritt selbständig machte, hatte er ein großes Ziel vor Augen:

„Zwieback, Keks und Biskuit als indu-

strielle Qualitätsprodukte mit der Garantie seines Namens auf den Markt bringen – ... daß sie für jedermann erschwinglich und überall zu haben sind.“

Er hat sein Ziel erreicht – und viel mehr.

Seine Lebensleistung besteht nicht allein im Aufbau eines modernen Unternehmens der Ernährungsindustrie, das sich Welt Ruf erworben hat; sie bedeutet einen respektablen Beitrag zum Fortschritt in der menschlichen Ernährung. Die Sicherstellung konstanter Rohstoffqualität, optimale technische und hygienische Fertigungsbedingungen, gleichbleibende Qualität und Frische aller Produkte bis zum Verbraucher sind das Ergebnis. Was Carl Brandt begann, plante und verwirklichte – die Kunst des Backens in industrieller Form und Größenordnung zu hoher Vollkommenheit und Wirtschaftlichkeit zu entwickeln – das ist allen Mitgliedern der Brandt-Familie heute und in Zukunft gemeinsame Verpflichtung.



Zu
Gast
beim



Impressum

Konzept
und Realisation:
CPC-Werbeberatung, Herdecke
Foto Kühle, Hagen
Werbestatt Wiesemann, Hagen

Redaktion:
Dr. Wolfgang Willmann,
SIHK Hagen