

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

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

Auch der Chef braucht Orientierung

Eigentlich ist es doch ganz klar: Als Vorgesetzte wollen wir unsere Mitarbeiter derart motivieren, daß sie Ihre Bestleistungen erbringen, kreativ am Arbeitsplatz sind, gegenüber den Kunden stets freundlich und einsatzbereit auftreten und engagiert sind bis in die Haarspitzen.

Was sich so einleuchtend und einfach anhört, ist tatsächlich in der täglichen Praxis ein schwieriges Unterfangen. Wie anders ist es wohl zu erklären, daß Mitarbeiter häufig als Teil eines Organisationsproblems und als Kostenfaktor gesehen werden und Kundenorientierungsprogramme sehr oft fehlschlagen? Dr. Uwe Thomas hat in seiner bisherigen Karriere bei der Robert Bosch GmbH in Karlsruhe, wo er den Export Übersee-geschäfte leitet, so seine Erfahrungen gemacht, die er vor den Club-Mitgliedern am 15. April 97 offenlegte.

Seine These: Der Unternehmenserfolg kommt über den Menschen – den Mitarbeiter, den Vorgesetzten, den Firmengründer. Mitarbeiter sind die Basis des Erfolgs. Zahlreich seien freilich die Hindernisse auf dem Weg zur erfolgreichen Führungsstrategie. Da sei zum einen die Unternehmenskultur. Neben der Strategie- und Visionslosigkeit sieht Thomas hier insbesondere die Gefahr der nicht gerade seltenen „Null-Fehler-Kultur“, in der halt keine Fehler erlaubt seien. Die Mitarbeiter gehen kein kreatives Risiko ein, zeigen Absicherungsdenken ohne Übernahme von Verantwortung, leiden unter Ver-

sagensangst, unterliegen Kontrollmechanismen. Eine solche Philosophie sei ein Innovationskiller.

Hindernis sei auch der Chef selbst. Ihm fehle es häufig an einer der drei Persönlichkeitssäulen „Hierarchie-Status“, „Sach- und Fachwissen“ oder „Soziale Kompetenz“. Der Bosch-Manager zitierte die Ergebnisse einer Studie, wonach nur 14 % der Führungskräfte ihren Vorgesetzten für „sehr kompetent“ halten. Dieses Merkmal drücke sich nicht allein in fachlichen Kategorien aus, sondern vielmehr in Faktoren wie Selbst-Bejahung („Wer kein Vertrauen zu sich selbst hat, hat auch kein Vertrauen zu anderen“), Soziabilität, Glaubwürdigkeit, Emotionalität und Identifikation. Zu einer vorbildhaften – eben kompetenten – Führungspersönlichkeit gehöre konstruktive Kritik gegenüber Mitarbeitern, wenn Fehlverhalten vorliege. Aus der Sicht von Thomas seien dazu folgende Grundsätze zu beachten:

„Vertrauen prägt
Zukunft – Kontrolle
bedeutet Vergangenheit“



- ◆ Akzeptanz der Mitarbeiterpersönlichkeit
- ◆ Wahrheit und Klarheit
- ◆ Ich-Ton und Augenkontakt
- ◆ keine Vergleiche
- ◆ Vorsicht mit Ratschlägen
- ◆ Befindlichkeit des Gegenüber beachten

Bosch schule Führungskräfte in der Moderation von Kreativitätsprozessen, im Coachen (Austausch von Erfahrungen der Managerkollegen untereinander) und in der Simulierung kritischer Führungssituationen. Gute Erfahrungen in der Motivierung der Arbeitskräfte habe man im Konzern mit der Metaplantchnik gemacht, die Thomas an einem Beispiel vorführte.

Fortsetzung unseitig



intern



Liebe Clubfreunde!

Auch das noch! Museumsbesuch mit dem Hager Marketing-Club in einer Zeit, in der die Wirtschaft humpelt und die Politik am Boden liegt.

Gemach, gemacht! Ihre Entscheidung, am 6. Mai doch abends ab 18.15 Uhr in's Westfälische Freilichtmuseum Hagen zu kommen, wird sicher positiv beeinflusst unter den ganz persönlichen menschlichen Aspekten: wir können und sollten unsere Partner mitnehmen, treffen interessante Clubfreunde und hören einen marketingorientierten, durchsetzungsfähigen und ideenreichen Museumsleiter („Mein Museum ist nicht museal“).

Und was bringt es für unsere Betriebe? Wir sehen Authentisches, also tatsächliche erlebte Geschichte, mit anderen Worten: High-Tech des 18. und 19. Jahrhunderts, man muß nur abstrahieren können. Zusätzlich berichtet Dr. Dauskardt über durchgeführte und geplante Marketing-Maßnahmen, die ebenfalls leicht auf unsere Betriebe übertragbar sind (Erlangung von Wettbewerbsvorteilen durch Differenzierung, Einsatz von Absatzmittlern, zentrale Kommunikation, etwa auf der Hannover-Messe usw.).

Lust auf den 6. Mai, ab 18.30 Uhr? Es wird ein Knüller!

Bis dann

Frank Bange

Ihr Frank Bange

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Renate Kumpel
DOUGLAS HOLDING AG
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen
Tel. 023 31/690-366, Fax 023 31/690-690

Fortsetzung von Seite 1

Die Teilnehmer befaßten sich unter anderem mit den Fragen:

- ◆ **Wo liegen die Stärken und Schwächen in der eigenen Abteilung?**
- ◆ **Was soll beibehalten und was soll geändert werden?**
- ◆ **Worauf kommt es mir an?**

Überrascht sei er gewesen vom Engagement der Mitarbeiter, der Fülle der Antworten

Clubabend am 6. Mai 1997

Marketing vor Ort: Westfälisches Freilichtmuseum Hagen

Innovation und Kreativität sind in diesem Jahr zwei ganz besondere Schlagworte für die geplanten Veranstaltungen unseres Marketing-Clubs. In diesem Sinne werden Sie bei der nächsten Veranstaltung ein Unternehmen erleben, bei dem man zunächst gar nicht vermuten würde, daß die Ausgestaltung dieser beiden Schlagworte so wirkungsvoll und überzeugend umgesetzt werden kann. Aber lassen Sie sich überraschen.

Die kommende Clubveranstaltung führt uns am 6. Mai 1997 in das Westfälische Freilichtmuseum Hagen. Wir werden von diesem Dienstleistungsunternehmen unter anderem erfahren, wie aktive Kundenbindung betrieben wird und wie innovative Kundenneugewinnungsaktivitäten durchgeführt werden können. Auch soll dargelegt werden, auf welchem schwierigen Weg eine kommunale Einrichtung in den letzten Jahren Schritt für Schritt moderne marketingorientierte Unternehmensführungsgrundsätze entwickeln und erreichen konnte.

Die Veranstaltung beginnt um 18.30 Uhr. Eine Anfahrtsbeschreibung finden Sie in der beiliegenden Broschüre des Freilichtmuseums. **Wichtig! Bitte parken Sie auf dem ausgeschilderten großen zentralen Parkplatz des Freilichtmuseums.** Ab 18.15 Uhr wird alle 10 Minuten ein Pendelbus die Clubmitglieder vom Parkplatz zum Freilichtmuseum bringen. Der Pendelbus verkehrt auch für alle Nachzügler bis 18.45 vom Ausgangsparkplatz. Im Freilichtmuseum werden Kleingruppen durch die herrliche Anlage geführt. Dabei werden u. a. verschiedene handwerkliche Vorführbetriebe wie der „Sensenhammer“, die Zigarrenmanufaktur, die Druckerei, die Papierfabrik mit der zugehörigen Ausstellung „100 Jahre Papier“ aktiv erlebt und vorgestellt.

Um 20.00 Uhr wird Geschäftsführer Dr. Michael Dauskardt in der Gaststätte des Freilichtmuseums mit der Unternehmenspräsentation beginnen, präsen-

ten und dem letzten Endes sehr aufschlußreichen Ergebnis. Das Instrument sei vorzüglich geeignet, das gesamte Team aktiv am Veränderungsprozeß zu beteiligen und kreative Fähigkeiten zu wecken. Dem Vorgesetzten liefere das Treffen zudem wertvolle Anhaltspunkte über die Persönlichkeit und die Identifikation des Einzelnen mit dem Unternehmen. Ganz sicher dürfte diese Führungstechnik nachahmenswert auch für mittelständische Betriebe sein.

tiert werden auch die bereits erwähnten wirkungsvollen innovativen Maßnahmen und Aktivitäten des Freilichtmuseums.

Ab 21.00 Uhr können alle Teilnehmer in gemütlicher Runde untereinander und mit den Mitarbeitern des Freilichtmuseums diskutieren und sich gemeinsam inspirieren lassen. Die im Freilichtmuseum nach traditionellen Rezepten hergestellten rustikalen Genüsse runden die Veranstaltung ganzheitlich ab.

Der Rücktransfer zum Parkplatz beginnt ab 21.30 Uhr im 15-Minuten-Rhythmus. Der letzte Bus fährt um 22.00 Uhr. Diese besonders attraktive Veranstaltung ist nur für Marketing-Club-Mitglieder und Partner/Familienmitglieder vorgesehen. Bitte teilen Sie uns auf der Anmeldung mit, ob Sie allein oder mit Partner kommen möchten. Die Teilnahme Ihres Partners ist kostenfrei.



MARKETING-CLUB
HAGEN E.V.



Westfälisches
Freilichtmuseum Hagen

Landesmuseum
für Handwerk und Technik



Impressum

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

Redaktion:
Dr. Wolfgang Willmann,
SIHK Hagen