

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

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

Marketing in Bausch und Bogen

Hand aufs Herz: Wer von Ihnen weiß, woher eigentlich die Redensart „in Bausch und Bogen“ kommt? Die Club-Mitglieder wissen es jetzt seit dem Besuch im Westfälischen Freilichtmuseum Hagen am 6. Mai 1997.



Dort nämlich erfuhren sie in der alten Iserlohner Papiermühle aus dem Jahre 1721 vom Papiermacher Eugen Reith, daß die

sprichwörtliche Redensart dem Papiermacherhandwerk entstammt. Zwischen insgesamt 182 Filzen wurden früher 181 Bogen frisch geschöpften Papiers – diese Anzahl ergab einen Bausch – gelegt. Damit war ein „Bausch und Bogen“ fertig. Im übertragenen Sinne besagt der Ausdruck „alles in allem“ oder „etwas im ganzen ohne Unterscheidung bewerten“.

Die Museumsbesucher waren dank der fachkundigen Führung bestens in der Lage, das Geschehene zu bewerten. Zum Beispiel die mühselige Arbeit in der Papiermühle. Demonstriert wurde der eigentliche Vorgang des Papierschöpfens mit dem Mischen des Materials, dem Schöpfen, Pressen und Trocknen. Der verwendete Rohstoff waren damals Lumpen, die gewaschen, sortiert und zerkleinert wurden. Von den Bütteln wanderte die Gruppe

zur Druckerei, die im Patrierhaus der Vorsterschen Papiermühle von 1712 untergebracht ist. Das Freilichtmuseum verfügt über eine ca. 130 Jahre alte Spindel-
presse, an der Horst Reckhard den Besuchern den

Druck einer Seite aus der Gutenberg-Bibel vorführte.

Den technischen Wandel hin zum Bleisatz konnten die Gäste gleich nebenan nachvollziehen. Die Linotype-Setzmaschine war eine technologische Revolution, da sie – im Gegensatz zum bis dahin üblichen, aber gesundheitsschädlichen Handsatz – die benutzten Lettern wieder automatisch zurückführen konnte, ohne daß der Setzer mit den Schriftmetallen in Berührung kommen mußte.

Auf ihrem Rundgang durch die Handwerks- und Gewerbe-
geschichte der Märkischen Region begegneten die Exkursions-

Die Teilnehmer der Exkursion haben großes Interesse an den Museumsleistungen und an der Arbeit des Förderkreises gezeigt. Da wir annehmen, daß Sie sich ebenfalls hierüber informieren wollen, ist dem Dialog ein Werbefaltblatt beigelegt.



teilnehmer auch der Zigarrenfertigung in Handarbeit, der Zinkblechproduktion aus dem Jahre 1847 und dem Sensenhammer „Suberg“ von Haspe, an dem der Schmied Robert Göbel seine Kunstfertigkeit im Schmieden einer Sense demonstrierte. In Arnsberg wurden noch bis vor zehn Jahren diese Werkzeuge auf traditionellen Anlagen hergestellt.

Technik- und Sozialgeschichte für jedermann

„Geronnene“ Industriegeschichte aus Westfalen – in Deutschland ohne Beispiel und im Hagener Museum zu neuem Leben erweckt. Diese bemerkenswerte, kulturelle Einrichtung bedarf aber – um am Leben zu bleiben – einer professionellen Marketingstrategie.

Dr. Michael Dauskardt, Direktor des Westfälischen Freilichtmuseums und Gastgeber des Nachmittags, belegte eindrucksvoll, daß er auf der Klaviatur des marketingpolitischen

Fortsetzung unseitig



intern

Liebe Clubfreunde!

Es gibt Nachrichten, die zur Belegung verschiedener Branchen und Wirtschaftszweige in Deutschland positive Signale für die zukünftige Wirtschaftsentwicklung sehen. Die jüngsten Nachrichten, speziell über den Fortbestand der hohen Arbeitslosenzahl in

Deutschland, weisen nach wie vor darauf hin, daß die deutsche Wirtschaft, vor allem die Bauwirtschaft, unter starkem Druck steht.

Viele unserer Mitglieder sind in Unternehmen beschäftigt, die strukturelle Maßnahmen, neue kundenorientierte Strategien, neue Markenkonzeppte und innovative Produkte erfolgreich umsetzen und intensivieren werden. Der Marketing-Club Hagen hat sich auch im Jahre 1997 die Aufgabe gestellt, mit hochkarätigen Referenten und interessanten Themen Ideen zu liefern, die von einer ständig steigenden Mitgliederzahl mit Interesse verfolgt werden. Hierfür und für das treue und erfolgreiche Zusammenwirken in unserem Club mit tatkräftiger Unterstützung des Vorstandes und Beirates danke ich Ihnen.

Unsere Arbeit, besonders die Gestaltung der Programme 1997 und 1998, wird voll im Zeichen aktueller Wirtschaftsereignisse stehen und vielversprechende Impulse verbreiten.



Ihr Dr. Markus Hoffmeister

Der MC Hagen und Mercedes Jürgens laden ein in die SIHK zu Hagen

Das traditionsreiche Hagener Autohaus wurde bereits 1919 gegründet. Seit 1927 ist die Firma Jürgens ein Vertragshändler der Daimler-Benz AG, und bietet seitdem Neu- und Gebrauchtwagenhandel, Instandsetzung und Service, Ersatzteil- und Zubehörhandel. Kurzum, alle Leistungen rund um die Fahrzeuge mit dem traditionsreichen Stern. Wo bei Fahrzeugen eben nicht nur PKW bedeutet,

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Renate Kämpel
DOUGLAS HOLDING AG
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen
Tel. 0 23 31/690-366, Fax 0 23 31/690-690

Fortsetzung von Seite 1

Instrumentariums souverän zu spielen versteht. Das Problem aller Museen in Deutschland – in der Regel als Non-Profit-Unternehmen geführt – sind die rückläufigen Besucherzahlen, ausgelöst durch ein reichhaltiges Alternativangebot an Freizeiteinrichtungen. Also muß es das Ziel sein, für die unterschiedlichen Besuchergruppen ein attraktives Angebot bereitzuhalten.

„Erholsamer Aufenthalt mit Events ist unsere Parole“, sagt Dr. Dauskardt. Ein vielseitiges Programm sorgt dafür, daß die Hektik des Alltags an der Kasse zurückbleibt. Wechselnde Sonderausstellungen (zur Zeit Zinn und Edelstahl aus Piemont), Dauerstellungen in Kooperation mit Firmen, Sonderveranstaltungen wie die beliebten historischen Fuhrmannstage, Handwerkertage, Feriencamps für die Jugend und natürlich die zahlreichen Vorführbetriebe in reizvoller Landschaft lassen keine Wünsche des Publikums offen. In diesen Museumswerkstätten werden die mittlerweile begehrten Artikel wie Zigaretten (Marke Mäckinger Krone No.1), Holzlöffel und -schuhe, Lederwaren, Springseile, Brot und Wurstwaren gefertigt und feilgeboten.

Klappern gehört zum Handwerk, und so geht der Museumsleiter offensiv zu den Kunden hin – zum Beispiel mit einem Infomobil auf Marktplätzen oder durch die Teilnahme am



Dr. Michael Dauskardt: „Erholsamer Aufenthalt mit Events ist unsere Parole.“

SIHK-Gemeinschaftsstand auf der Hannover-Messe. Dauskardt: „Als nächstes müssen wir verstärkt den Tourismusmarkt erschließen. Vielleicht gelingt es uns, die Besucherzahlen zu erhöhen. Zehn bis fünfzehn Prozent wären drin.“ Immerhin schleust der agile Manager jährlich 220.000 Menschen durch die 50 historischen Gebäude und erwartet in diesem Jahr den 5 Millionsten Besucher.

Unverzichtbarer Aktivposten im Marketingkonzept der Kultureinrichtung ist der Förderkreis Westfälisches Freilichtmuseum Hagen e.V. mit seinen mehr als 500 Mitgliedern. Während seines 36jährigen Bestehens hat der Verein die stolze Summe von knapp zwei Millionen DM für die Realisierung und Verbreitung der Museumsidee eingesetzt. Dr. Hermann Hassel, Vorsitzender des Förderkreises, ließ es sich nicht nehmen, den Club-Mitgliedern die Tätigkeit seiner Organisation vorzustellen und für die Unterstützung des Museums zu werben.



wie so oft vermutet wird, sondern natürlich auch Nutzfahrzeuge und Omnibusse.

312 Mitarbeiter sind im Dienste der Kunden im Einsatz. Denn der Mensch, der Kunde steht im Mittelpunkt aller Aktivitäten des Unternehmens. Trotz, oder gerade aufgrund der langen Tradition ist Jürgens immer seiner Zeit ein Stück voraus gewesen.

So werden heute, z.B. bei Service, Kundengewinnung und Kundenbindung, moderne, dialogorientierte Kommunikationsmaßnahmen wie Telefonmarketing und Direct-Mailings eingesetzt.



MARKETING-CLUB
HAGEN E.V.

Zu
Gast
bei...



JÜRGENS
Autohaus Carl Jürgens GmbH
Vertreter der Mercedes-Benz AG
Berliner Straße 41 • Tel. 4 79-0

Clubabend am 10.6.1997

Marketingstrategie und Innovationsmanagement eines High-Tech-Anbieters am Beispiel der A-Klasse

18.30 Uhr SIHK zu Hagen
Moderation: Dr. Markus Hoffmeister
Referent: Jürgen Hubbert

Impressum

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

Redaktion:
Dr. Wolfgang Willmann,
SIHK Hagen