

Es muß nicht immer etwas Neues sein!

Überdurchschnittlich viele Clubmitglieder waren am 04.11.1997 ins Queens Hotel Hagen gekommen, um dem Vortrag von Prof. Dipl. Ing. d'Arcy zu lauschen. Und der stellte – ganz nach Professorenart – zunächst ein paar Fragen in den Raum:

- ◆ Wo drückt Sie der Schuh?
- ◆ Was ist das eigentliche Ziel eines jeden Unternehmens?
- ◆ Wozu gibt es eigentlich die Marketeers?
- ◆ Was ist Mittelstand?
- ◆ Was bedeutet Kundenorientierung und wie erreicht man sie?

Gute Fragen, mag da so manch einer gedacht und dieses Kribbeln verspürt haben, das immer dann da ist, wenn man etwas genau weiß, es nur im Moment nicht so genau erklären kann. Prof. d'Arcy jedenfalls hatte die Antworten im Kopf und natürlich auf Overheadfolie. Er hob die Bedeutung der Marketeers in mittelständischen Unternehmen hervor, lobte den Mittelstand als einen der stärksten Wirtschaftszweige Deutschlands und er machte deutlich, daß der Prozeß der Kundenbeziehung bei der Kundenorientierung anfängt und über die

Kunden-zufriedenheit und Kundenloyalität bis zur Kundenbindung führt. Besonders wichtig war es Prof. d'Arcy, jedem die Durchführung einer Kundenzufriedenheitsbefragung zu empfehlen. Ja, er bot sogar seine kostenlose Hilfe bei der

Erstellung der entsprechenden Fragebögen an. Denn – so Prof. d'Arcy – nur wenn man weiß, wie zufriedenen Kunden eigentlich sind, kann man sie richtig zufriedenstellen. Marktforschung sei unendlich wichtig, und auch der Mittelstand könne sie betreiben. Und wenn dann aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse alle Mitarbeiter an einem Strang ziehen und einen innerbetrieblichen Prozeß in Gang bringen würden, dann könne man wirklich kundenorientiert arbeiten. Ist doch ganz einfach! Oder doch zu simpel? Kam einem das alles nicht irgendwie bekannt vor? Durchaus möglich, denn schließlich beschäftigt sich der MC Hagen seit Jahren immer wieder mit Marketing für den Mittelstand.

Und so hat man das eine oder andere sicher irgendwann schon einmal in ähnlicher Weise gehört. Aber, es muß ja auch nicht immer etwas Neues sein! Viel wichtiger ist doch, sich die Dinge ins Gedächtnis zurückzurufen, die man sich fest vorgenommen, aber nie realisiert hat. Hand aufs Herz: Wer hat sich tatsächlich nach einem Clubabend voller neuer Erkenntnisse hingesetzt und angefangen, etwas entsprechendes zu unternehmen? Hat der Professor nicht recht



mit seinem Hinweis, daß man sofort anfangen muß, das eigentliche Ziel anzusteuern: Den zufriedenen, an das eigene Unternehmen gebundenen Kunden! Dazu bedarf es nicht unbedingt großartiger Veränderungen und den ungewissen Schritt auf unternehmerisches Neuland. Oft genügt es schon, sich an das Wesentliche zu erinnern und bei den kleinen, aber doch so wichtigen Dingen anzufangen:

- ◆ Visionen sichtbar machen
- ◆ Klare Ziele konsequent umsetzen
- ◆ Agieren statt reagieren
- ◆ Fokus auf Geschwindigkeit
- ◆ Nicht beim guten Alten, beim schlechten Neuen beginnen
- ◆ Innovation ist nicht nur Neues erfinden
- ◆ Destabilisierungselemente erkennen und ausschalten
- ◆ Verbesserungsvorschläge nicht als Beschwerden betrachten
- ◆ „Fackelträger“ fördern
- ◆ Konsequent zum Markt hin arbeiten
- ◆ Herausfinden, was der Kunde will
- ◆ Prozesse optimieren
- ◆ Vorgesetzte und Mitarbeiter motivieren

Eine beachtliche Reihe von "Selbstverständlichkeiten", die doch so selbstverständlich gar nicht sind. Prof. d'Arcy hat daran erinnert und eindringlich das Gefühl vermittelt, daß ihm der Erfolg des Mittelstands sehr wichtig ist und daß er mit seinen oftmals bekannten, aber gleichsam brandaktuellen Thesen mit-helfen möchte, daß der Mittelstand die vielen Möglichkeiten erfolgreichen Marketings stärker nutzt. Alles in allem war sein Vortrag ein wirklich gelungener Abschluß der Vortragsreihe dieses Jahres. Nun heißt es, das



intern



Weihnachtszeit – frohe Zeit oder vielmehr hektische Zeit? Abteilungessen, Weihnachtsessen, Geschenke kaufen. Die Weihnachtszeit erscheint in ihrem Glanz als Beispiel einer totalen Vermarktung, in der sich ausnahmsweise alle Branchen einig sind und die jedes Jahr früher beginnt. Der Weihnachtsstern leuchtet brillant an passenden und unpassenden Örtlichkeiten und überstrahlt den Kern.

Liebe Clubfreunde, auch der MC Hagen beteiligt sich dieses Jahr am Weihnachtsreigen. Doch wir bieten Ihnen die Möglichkeit zur Besinnung nicht zusätzlich, sondern zu einer Zeit, die Sie sich sicherlich schon freigehalten haben. „Sieben Themen – Sieben Gänge“ ist unsere gemeinsame Chance, unser Clubleben neu zu erleben und zu beleben. Schon in der Bibel ist die Zahl Sieben als magische Zahl immer wieder erschienen. Lassen Sie uns den Abend nutzen und wieder etwas Magie und Zauber in die doch eigentlich wunderschöne Weihnachtszeit bringen.

Ich freue mich, Sie zu sehen, und Frau Kümpel freut sich auf Ihre Anmeldung!

Ihre

Anja Frettlöh

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Renate Kümpel
DOUGLAS HOLDING AG
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen
Tel. 0 23 31/690-366, Fax 0 23 31/690-690
www.mc-hagen.de

Clubabend am 2. Dezember 1997

Sieben Themen – Sieben Gänge

Der Clubabend am 2. Dezember 1997 ist gleichzeitig die Abschlußveranstaltung eines interessanten und ereignisreichen Clubjahres. Wir haben aus diesem Anlaß und ganz im Sinne der Kundenorientierung eine neue – und wie wir meinen – besondere Form des Clubtreffens geplant. Unter dem Motto „Sieben Themen – Sieben Gänge“ werden wir unseren Clubmitgliedern ein abwechslungsreiches Menü aus sieben interessanten Vorträgen und sieben kulinarischen Köstlichkeiten kredenzen. Ein kleiner Vorgeschmack auf unser „Marketing à la Carte“:

- 18.30 Beginn
- 18.45 Begrüßung durch Dr. Markus Hoffmeister
- 18.55 1. Gang: Geräucherte Gänsebrust
- 19.10 1. Thema: Informatives über unseren Club
- 19.25 2. Gang: Feldsalat mit Wildpastete und Sauce Cumberland
- 19.50 2. Thema: Das neue Gäste-konzept, Finanzbericht 1997
- 20.00 3. Gang: Essenz von rosa Champignons
- 20.30 3. Thema: Die neue Imagebroschüre
- 20.35 4. Gang: Feinschichtiges von Zucchini, Lachs und Zander auf Paprika, dazu Wildreis
- 21.05 4. Thema: Der MC Hagen im Internet
- 21.20 5. Gang: Cassissorbet
- 21.40 5. Thema: Die neue Konzeption des Dialog
- 21.45 6. Gang: Kalbsrücken in der Kräuterkruste gebraten, mit Romanescogemüse und Mandelbällchen
- 22.15 6. Thema: Best of Cannes Rolle 1997
- 22.40 7. Gang: Eisstollenparfait an Früchtedialog
- 23.00 7. Thema: Schlußwort, Einladung zum Neujahrsempfang 98 und Ausklang

Bitte beachten Sie, daß ausschließlich Clubmitglieder mit maximal einer Begleitperson an diesem Abend teilnehmen können. Da der Club den größten Teil der Kosten für Menü und Getränke sponsert, erheben wir von Mitgliedern DM 40,- und für Begleitpersonen DM 60,- für diesen besonderen Genuß. Wir bitten um rasche Anmeldung, da die Teilnehmerzahl begrenzt ist.

Fortsetzung von Seite 1

gesammelte Wissen nicht nur irgendwo abzuspeichern, sondern es in die Tat umzusetzen. Vielleicht kann das eine oder andere Clubmitglied bereits auf der Jahresabschlußveranstaltung am 2.12.97 von neuen kundenorientierten Aktivitäten berichten? Der Vorstand des MC Hagen wird dies mit Sicherheit tun. Sie dürfen gespannt sein!

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

Die Carl Brandt GmbH ist natürlich allen Clubmitgliedern ein Begriff. Das umfangreiche Produktangebot, das über die Zwiebackproduktion weit hinaus geht, repräsentiert die innovative Kompetenz des traditionsreichen Unternehmens. Seit ihrem Bestehen hat sich die Brandt-Gruppe kontinuierlich zu einem bedeutenden Anbieter im Süßwarenereich entwickelt. Mit frischen Ideen bringt der Marktführer den Zwiebackmarkt immer wieder in Bewegung und sorgt für eine anhaltend hohe Nachfrage und eine zufriedene Kundschaft. Bereits zweimal hat die Carl Brandt GmbH zu einem Clubabend eingeladen. Einmal anlässlich des Besuchs bei Brandt im Mai 1994 und einmal als Gastgeber des Clubabends am 2. Dezember 1997. Auch in diesem Jahr hat sich die Carl Brandt GmbH nicht nehmen lassen, die Clubmitglieder des MC Hagen ins Queens Hotel Hagen einzuladen. Damit beweist sie wieder einmal mehr, daß für Brandt nicht nur die Kundenzufriedenheit, sondern auch die Zufriedenheit der Clubmitglieder des MC Hagen von großer Bedeutung ist.



Impressum

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

Redaktion:
Angela Dietzel