

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.
Mitglied im Deutschen Marketing-Verband Berufsverband des Marketing-Managements

»Verrückte« Ideen und »gute« Gedanken!

Am 28. April 1998 haben wir auf vielfachen Wunsch die Workshops vom 1. Juli 1997 wiederholt. Dieselben Moderatoren – dieselben Themen – viele Teilnehmer, die auch damals dabei waren. Wir haben im DIALOG 7/97 bereits eingehend über die vorgestellten Kreativitätstechniken berichtet und es wäre nun ein Leichtes, an dieser Stelle einfach das zu wiederholen, was bereits damals zu lesen war: Die Teilnehmer haben drei spannende Stunden erlebt, Kreativität pur entwickelt!

Das war auch diesmal so. Doch wäre ein Bericht darüber nicht nur eine Imitation? Und damit das Gegenteil von kreativ? Wir möchten, daß Sie in jedem DIALOG etwas Neues erfahren und darum fragen wir uns auch jedesmal:

Wie schaffen wir es, nicht einfach etwas bereits Vorhandenes zu imitieren, sondern etwas ganz Neues zu entwickeln? Was ist für den Leser wirklich von Interesse?

Dabei stellen wir immer wieder fest, daß das im Grunde gar nicht so schwer ist, denn jeder von uns ist jeden Tag in irgendeiner Weise kreativ. Entgegen der weitverbreiteten Meinung, nur sogenannte »Kreative« wie Künstler, Designer und Produktentwickler hätten die Fähigkeit, etwas wirklich Neues ins Leben zu rufen, ist Kreativität in Wahrheit nicht losgelöst vom »üblichen« Denken, sondern ein wichtiger Bestandteil unserer täglichen Gedankenwelt. Kreativität hilft uns, uns jeden Tag aufs neue zurechtzu-



finden. Allein dadurch, daß wir etwa eine Kleinigkeit anders machen wollen als üblicherweise, sind wir kreativ. Schon wenn wir morgens überlegen, wie wir unser Frühstück abwechslungsreicher gestalten könnten,

was wir jemandem zum Geburtstag schenken oder wie wir den Brief an einen Geschäftspartner schreiben. Dann sind wir kreativ.

In den drei Workshops ging es daher vor allem darum, das kreative Potential, das in uns allen schlummert, auf den Punkt zu bringen, es zu bündeln und auf ein bestimmtes Ziel auszurichten. Und zwar mit Hilfe von sechs Kreativitätstechniken: der Metaplantchnik, dem Mindmapping, dem Brainstorming, der Kopfstandmethode, dem Brainwriting und der Lexikon-Methode.

Kreativitätstechniken sind keine Zauberformeln für Menschen ohne Phantasie

Hinter diesen Namen verbergen sich einfach anzuwendende Methoden, die uns helfen können, bei bestimmten Problemen schneller brauch-

bare Lösungen zu finden. Aber es sind keine Zauberformeln für Menschen ohne Phantasie.

All diese Methoden können die eigene Kreativität nicht ersetzen, sondern sie sind dazu da, unsere Kreativität zu stimulieren. Welche Methode dafür die geeignetste ist, sollte jeder für sich, von Fall zu Fall entscheiden. Immer aber sollte folgendes beachtet werden:

1. Ideen notieren!

Ideen kommen oft ganz plötzlich. Und sind genauso schnell wieder weg. Am besten man notiert sie sofort und sortiert sie später.

2. Nicht sofort verwerfen!

Was einem zuerst verrückt erscheint, kann sich später als guter Gedanke herausstellen. Also Nichts sofort verwerfen, sondern einen Ideenpool anlegen.

3. Gut Ding will Weile haben!

Routineaufgaben und wichtige Vorhaben kann man nicht in einem Atemzug erledigen. Planen Sie immer genügend Zeit ein, um wichtiges in Ruhe zu überdenken.

4. Warum?

Nehmen Sie nicht alles als gottgegeben hin, sondern fragen Sie sich ruhig mal, warum sie etwas gerade so machen und nicht anders. Vielleicht fällt Ihnen noch was besseres ein?

5. Chaos erzeugt Chaos!

Ihr Schreibtisch ist voll? Alles eine Frage der Organisation! Lassen Sie sich von anderen nicht aus der Ruhe bringen und sorgen Sie für ein Arbeitsumfeld, das Sie motiviert.


6. Abstand gewinnen!

Wichtige Dinge mal eben auf die Schnelle erledigen? Sagen Sie entschieden: Nein! Schließlich haben Sie das Ergebnis zu verantworten und jeder weiß, am nächsten Tag sieht vieles ganz anders aus!

7. Vorsicht bei zuviel Übereinstimmung!

Sie haben eine Idee und alle finden sie auf Anhieb gut? Dann muß das nicht zwangsläufig der beste Gedanke sein. Aber vielleicht ein toller Ansatz für etwas ganz Neues?

8. Nicht verzetteln!

Wenn gar nichts mehr geht – Pause machen, und später mit frischer Kraft neu an die Sache herangehen. Vielleicht mit einer der Kreativitätstechniken aus unseren Workshops? 



intern



Liebe Clubmitglieder, in diesem Jahr feiert der Marketing-Club Hagen sein 10jähriges Bestehen. Für uns alle ist dieses schöne Ereignis Grund genug, sich an die interessantesten Clubabende zu erinnern und über mögliche Veranstaltungen und Aktivitäten

im nächsten Jahr und Jahrtausend nachzudenken.

Am 22. November 1988

wurde der Marketing-Club Hagen in den Räumen der SIHK zu Hagen von 22 Vertretern der heimischen Wirtschaft gegründet.

Heute

zählt unser Club etwa 200 Mitglieder und dokumentiert eindrucksvoll alle Veranstaltungen in der kürzlich fertiggestellten Image-Broschüre. Auch konnten wir mit der feierlichen Veranstaltung »Sieben Themen – Sieben Gänge« die Innovationen unseres Clubs vorstellen.

1999

werden wir versuchen, die besten Referenten aus den letzten 10 Jahren mit einem neuen Thema erneut zu uns einzuladen, um auch in dieser Form das Club-Jubiläum zu untermauern. In der Zukunft werden wir auch im Hinblick auf weitere Workshops, Exkursionen und vor allem die Verleihung des Hagener Marketing-Preises Kontinuität wahren. Das im Sommer erscheinende Mitgliederverzeichnis, der Internet-Auftritt des Clubs sowie die Analysen und Auswertungen der Mitgliederbefragungen werden auch in Zukunft die Qualität unseres Clubs und den Mitgliederzuwachs sicher positiv beeinflussen.

Wir freuen uns auf die weiteren Veranstaltungen in diesem Jahr und danken allen Mitgliedern für ihr Mitwirken an dem Marketing-Club Hagen.

Herzlichst Ihr

Dr. Markus Hoffmeister
Dr. Markus Hoffmeister

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Renate Kämpel
DOUGLAS Media & Werbeagentur GmbH,
c/o DOUGLAS HOLDING AG,
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen,
Telefon 023 31/690-366,
Fax 023 31/63602,
www.mc-hagen.de

Clubabend am 19. Mai 1998
Marketing vor Ort bei der Gustav Alberts GmbH & Co. KG

Mit Beschlügen recht gut beschlagen

Bei unserem nächsten Marketing-vor-Ort sind wir zu Gast beim Marketing-Preisträger 1995, der Gustav Alberts GmbH & Co KG in Herscheid.

Das traditionsreiche Unternehmen wurde 1852 gegründet und wird heute in der vierten Generation durch Herrn Dietrich Alberts in der aktiven Geschäftsführung geleitet. Dietrich Alberts ist außerdem seit 1995 Vizepräsident der Südwestfälischen Industrie- und Handelskammer zu Hagen, Mitglied des Vorstands des Arbeitgeberverbandes Lüdenscheid und Vorsitzender des Vorstands der Herstellervereinigung Bau & Diy.

Als Gastgeber des kommenden Clubabends möchte Dietrich Alberts die Mitglieder des Marketing-Clubs Hagen durch sein Unternehmen führen und die drei Tätigkeitsbereiche präsentieren:

1. Beschlüge,
2. Profile aus Stahl, Schmiedeeisen und Aluminium
3. Artikel für den Zaunbau und den Garten



Das Firmengelände der Gustav Alberts GmbH & Co. KG:

So kommt man hin, und so sieht es aus.



MARKETING-CLUB
HAGEN E.V.
Zu Gast bei...

GAH ALBERTS

Die Firma Alberts beliefert den Eisenwaren-Fachhandel sowie die Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland und europaweit mit diesen Produkten und beschäftigt derzeit am Standort Herscheid ca. 600 Mitarbeiter. Außerdem verfügt die Firma Alberts über Tochtergesellschaften in der Slowakei, in Frankreich und in Deutschland.

Sicher brennen bereits viele Marketing-Clubmitglieder darauf, das Unternehmen des Marketing-Preisträgers einmal im Detail kennenzulernen und sich bei einem so erfahrenen und kompetenten Ansprechpartner wie Dietrich Alberts Anregungen für das Marketing im eigenen Unternehmen zu holen. Wir bitten daher um Verständnis dafür,

daß diese besonders interessante Veranstaltung nur für Clubmitglieder und deren Partner/Familienmitglieder vorgesehen ist.

Bitte teilen Sie uns auf dem anhängenden Antwortabschnitt mit, ob Sie allein oder mit Partner kommen. Die Teilnahme des Partners ist im übrigen kostenfrei.



Impressum

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

Redaktion:
Angela Dietzel