

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

Es gibt nichts gutes, außer man tut es!

Dieses Zitat von Erich Kästner bringt auf den Punkt, was Norbert Müller in seinem mitreißenden und informationsgeladenen Vortrag am 9. Juni 1998 unmißverständlich klar machte: Gesagt und gedruckt ist zum Thema Kundenorientierung bereits alles, nur getan wird noch viel zu wenig!

Der Grund dafür liegt klar im Trend der Zeit: Die Menschen werden immer mehr zu Egoisten und sind viel zu sehr mit ihrer Selbstorientierung beschäftigt, als daß sie noch Augen und Ohren für andere Menschen sprich für Kunden haben. Oder wie Norbert Müller es so treffend formuliert: »Bei der Bedienung von Computern und Maschinen bekommen die Menschen glänzende Augen. Bei der Bedienung von Kunden machen sie lange Gesichter!« Um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können, muß daher eine schnelle mentale Veränderung stattfinden. Denn die Arbeitswelt verändert sich rasend schnell und die Karten werden neu gemischt.

Damit wir in Deutschland im Spiel um die Gunst der Kunden zu den Gewinnern gehören, müssen wir gegen den Trend zur Selbstfindung angehen und die Bereitschaft finden, für den anderen etwas zu leisten. Wir müssen ausgetretene Pfade verlassen und neue Wege gehen. Wir müssen neue Chancen entdecken und konsequent umsetzen! Was dazu unbedingt nötig ist, zeigen die sieben Rittal-Erfolgsbausteine, die Norbert Müller eingehend erläuterte:

1. Die totale Kundenorientierung

Bei Rittal ist der Kunde die wichtigste Person im Unternehmen. Doch er ist weder König –



denn wir leben nicht in einer Märchenwelt – noch eine Kuh, die gemolken werden will, noch Feind. Bei Rittal ist der Kunde ein Partner, der über den Erfolg des gesamten Unternehmens entscheidet. Daher sucht man den Dialog mit ihm, wann und wo immer es möglich ist. Denn Information schafft Identität!

2. Die Corporate Identity

Bei Rittal wurde die CI nicht nur systema-

tisch entwickelt und verbindlich festgelegt, sie wird praktiziert. Sie ist die Einheit von Denken und Tun. Weil alle Mitarbeiter den Slogan des Unternehmens »Umschalten auf Perfektion« wörtlich nehmen und danach handeln, wird der »Corporate Spirit«, der Geist des Hauses vom gemeinsamen Willen zum Erfolg bestimmt.

3. Das Produktimage

Durch permanente Produktinnovationen ist Rittal zum Trendsetter der Branche geworden. Die wichtigsten Faktoren für ein beispielgebendes Produktimage sind: Die Vorwegnahme der Entwicklung! Die Fähigkeit, bereits bei Problem-entstehung ein Lösungsangebot parat zu haben! Der »Added Value«, der Zusatznutzen, den jedes Produkt von Rittal hat!

4. Das Sofortlieferkonzept

Nach der Devise »Die Schnellen fressen die Langsamen« hat Rittal ein Distributionskonzept entwickelt, das ein eindeutig kundenbezogenes Leistungspotential bietet.

5. Die Produktionstechnik

Das Know-how in der Produktion ist die Plattform für ein stimmiges Preis/Leistungsverhältnis. Durch die Schaffung sogenannter KVP (Kontinuierlicher Verbesserungsprozeß)-Gruppen kommt man bei Rittal bereits seit sieben Jahren ohne Preiserhöhung aus.

6. Die internationale Präsenz

Rittal sagt »Unser Markt ist die Welt« und vertritt die These: »Eine starke Position im Heimatmarkt ist die beste Referenz und eine internationale Präsenz die beste Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit weltweit operierenden Kunden.«

7. Die Fähigkeit zur Motivation

Bei Rittal wird jedem Mitarbeiter vermittelt, daß es Spaß macht, zu einer Siegermannschaft zu gehören. Man betrachtet sich als »Can do«-Gesellschaft, deren Regel lautet »Wichtiger als Können ist der Wille und noch wichtiger ist konsequentes Tun« Bei Rittal gibt es nicht nur Leistung sondern vielmehr »Mehrleistung«, »Besserleistung« und »Schnellerleistung«.

Fortsetzung unseitig



Die nächsten beiden Clubabende zum Thema NLP

Clubabend am 18. August 1998

Erfolg mit Neurolinguistischem Programmieren.

Was bringt NLP für Führungskräfte? Diese Frage wird am 18. August im Queens Hotel Hagen gestellt.

Dipl. Psych. Martina Schmidt-Tanger, die Referentin des Abends, befaßt sich seit über zehn Jahren mit NLP und ist als Leiterin des Ausbildungsinstituts NLP professional in Bochum eine erfahrene NLP-Ausbildungstrainerin. Sie ist auch die Autorin bzw.

Mitautorin von Fachartikeln und folgenden Büchern: NLP im Business; NLP-Modelle – Das Basis-Begleitbuch; Teamcoaching; Einzelcoaching für Führungskräfte und Love it, change it, leave it.



In ihrem Referat wird sie einen Einblick geben in eine der effektivsten Kommunikationsmethoden, die in den letzten Jahren entwickelt worden sind. Und sie wird Fragen beantworten wie: Was ist Neurolinguistisches Programmieren? Wo kommt NLP her? Was sind die Hauptaussagen? Wie kann man NLP verwenden? Wie kann man es lernen?

Die Erkenntnisse, die an diesem Abend gewonnen werden, sind die beste Basis für die Teilnahme am Workshop am 2. September, bei dem es um die praktische Umsetzung: NLP für Führungskräfte geht.

Clubabend am 2. September 1998

Workshop NLP für Führungskräfte.

Anfang der 70er Jahre wollten der Mathematiker und Psychologe Richard Bandler und der Sprachforscher John Grinder unbedingt wissen, warum einige bekannte Therapeuten erfolgreicher waren als ihre Kollegen. Sie fanden heraus, daß es

an der besonderen Art der Kommunikation dieser Therapeuten lag und an den dadurch ausgelösten Reaktionen der anderen Menschen. In Kombination mit den Erkenntnissen der modernen Hirnforschung entstand daraus das »Neurolinguistische Programmieren«, eine der effektivsten Kommunikationsmethoden. Aufbauend auf genauer Wahrnehmung und bewußter Verwendung von Sprache hat diese Methode in verschiedenen Bereichen der Kommunikation neue Standards gesetzt.

Dr. Michael P. Zeisig, Arzt im Bereich Psychotherapie und Mitbegründer und Geschäftsführer der Müller-Klement, Dr. Zeisig + Partner Unternehmensberatung in Köln, wird sich gemeinsam mit Martina Schmidt-Tanger und den

Mitgliedern des MC Hagen beim Workshop am 2. September mit NLP für Führungskräfte beschäftigen. An Beispielen werden wir mehr über die Methoden des NLP und den Nutzen für die Praxis erfahren.

Wie schon gewohnt werden wir drei Arbeitskreise bilden, die jeweiligen Themen werden in einem gesonderten Anschreiben noch bekanntgegeben. So daß im Vorfeld schon eine Auswahl und Einteilung der Gruppen erfolgen kann.

Fortsetzung von Seite 1

Informationen satt, doch am Ende des Vortrags hatten viele der Zuhörer noch lange nicht genug. Sie wollten mehr wissen über den Geist des Unternehmens Rittal, über neue Wege zum Erfolg.

Auf die Frage: »Wo bekommt man ein solches Erfolgskonzept her?« antwortete Norbert Müller: »Das kann man nirgendwo kaufen. Weder bei einem Unternehmensberater noch sonstwo. Unser Unternehmenskonzept ist gewachsen. Es ist entstanden aus der konsequenten Überlegung heraus: Was können wir für unsere Kunden tun!«

Der MC Hagen und WFZ laden am 18. August ein ins Queens Hotel Hagen

Die WFZ Nutzfahrzeugteilehandel GmbH mit Zentrale in Hagen bietet ein Vollsortiment an Fahrzeugteilen sowie Ausstattung und Zubehör für alle bedeutenden europäischen Fahrzeugmarken- und Typen an. Derzeit stehen rund 350 Mitarbeiter und ein eigenes Vertriebsnetz von 21 Niederlassungen hinter der WFZ, die als reines Handelsunternehmen überregional am Markt agiert.

Zielgruppe der WFZ sind selbstreparierende Speditions- und Transportunternehmen, Bremsendienste, freie Werkstätten sowie nationale und internationale Flotten wie CTR, TIP oder TNT.

Der Erfolg der WFZ GmbH beruht laut Bernd Pederzani, geschäftsführender Gesellschafter der WFZ, auf einer einfachen Formel: »Zukünftig haben nur noch große Unternehmen im Ersatzteilehandel eine Chance, um mit wirtschaftlichen Losgrößen den Risiken des zunehmenden Wettbewerbs aktiv entgegenzutreten zu können.«



Zu Gast bei...

WFZ

Der MC Hagen und DURABLE laden am 2. September ein ins Queens Hotel Hagen

Das Unternehmen DURABLE Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG mit Stammsitz in Iserlohn und mehreren Produktionsstandorten in Deutschland bringt seit inzwischen über sieben Jahrzehnten Dokumente und Dokumententräger für das Büro in Unternehmen, Banken und Behörden in Form. Innovative Produktentwicklungen, höchste Qualität, perfekter Service und konsequente Expansion in Umsatz und Sortiment haben DURABLE zu einem der führenden Hersteller professioneller Büroorganisations- und Präsentationsmittel in Europa gemacht. Derzeit werden ca. 600 Mitarbeiter beschäftigt. Die Kunden von DURABLE sind der Bürofachhandel, Großhändler, Bürofachmärkte, Warenhäuser und Versender.



Zu Gast bei...

DURABLE

Wichtiger Hinweis!

Schon frühzeitig wollen wir darauf hinweisen, daß der große Gala-Abend zum 10jährigen Bestehen des MC Hagen nicht am 27. November, sondern am 4. Dezember stattfindet.



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

Impressum

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

Redaktion:
Angela Dietzel