

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

Wecken Sie das Potential Ihrer Mitarbeiter – ein prozessorientierter Ansatz.

In seinem Vortrag am 5. September 2000 hatte Peter Klesse den Clubmitgliedern erklärt, dass zur Nutzung des Potentials der Mitarbeiter Prozesse installiert sein müssen. Im Workshop am 17. Oktober 2000 konnte man üben, wie man das macht.

Knapp 30 Clubmitglieder hatten nach einem harten Arbeitstag noch einmal ihr ganzes Potential geweckt, um möglichst viel über den prozessorientierten Ansatz der Mitarbeitermotivation zu erfahren. In drei Gruppen aufgeteilt, erhielten sie die Aufgabe, zunächst einen der Prozesse auszuwählen:

- ◆ Selektion und Mitarbeitergewinnung
- ◆ Ausbildung und Training
- ◆ Organisation und Prozessorientierung
- ◆ Entlohnung
- ◆ Führung und Coaching
- ◆ Mobilisierung und Motivation

Danach wurden die Gruppen aufgefordert, sich in folgende Situation zu versetzen:

Sie sind Mitglied der Geschäftsführung eines vor 10 Jahren gegründeten Technologieunternehmens im Bereich Softwareentwicklung. Das Unternehmen ist erfolgreich gewachsen und hat mittlerweile 120 Mitarbeiter.



Was umfasst der ausgewählte Prozess?

Was kann sinnvoll getan werden, um diesen Prozess zu installieren?

Was könnte der Nutzen daraus sein?

Welche Entscheidungen müssen getroffen werden?

Wer soll für den Prozess verantwortlich sein?

Welche Aufgabe kommt der Unternehmensleitung zu?

Wie kann der Erfolg der Maßnahmen bzw. des Prozesses gemessen werden?

Bevor die Gruppen mit dieser Aufgabenstellung in ihre Gruppenräume entlassen wurden, gab ihnen Peter Klesse noch den Tipp mit auf den Weg, zu Beginn der Gruppenarbeit einen Präsentator, einen Schriftführer und einen Zeitwächter zu bestimmen, um am Ende ein möglichst optimales Ergebnis präsentieren zu können.

Nach einer ca. 40-minütigen regen Diskussion innerhalb der einzelnen Gruppen, konnten diese schließlich Ergebnisse vorweisen, die sich tatsächlich in die Praxis umsetzen lassen.

Deutlich wurde aber auch, dass der prozessorientierte Ansatz der Mitarbeitermotivation an sich schon ein Prozess ist, der in manchen Unternehmen erst einmal in Gang gebracht werden muss. Dazu ist Umdenken



Bisher ging die von den beiden Gründern vorangetriebene Entwicklung eher nach dem Motto »Hoppla, jetzt komm ich«. Entscheidungen wurden kurzfristig und situativ getroffen. Das soll sich nun ändern. Um das Potential der Mitarbeiter dauerhaft zu wecken, soll diese Aufgabe in Zukunft prozessorientiert gelöst werden. Setzen Sie sich in Ihrer Gruppe zusammen und erstellen Sie einige Overheadfolien, in dem Sie auf folgende Fragen eingehen:

Die Fortsetzung finden Sie umseitig



intern



Liebe Clubmitglieder,

sehr interessant erschienen mir in der aktuellen Sondernummer der Absatzwirtschaft (10/2000) die Auseinandersetzungen mit dem Thema »Marketing als Werttreiber – Creating Value« und speziell der Artikel »Die Rolle des Marketing als Werttreiber« von Prof. Dr. Klaus E. Goehrmann (Präsident

des DMV), die ich aufgreifen bzw. wie folgt kommentieren möchte:

Für die Kundenorientierung und -bindung, das Qualitätsmanagement und den Kundenservice sind in den letzten Jahrzehnten große Fortschritte erzielt worden – zum Wohle des Kunden und zur Schaffung neuer Grundlagen und Orientierungshilfen zum Vorteile der dauerhaften Verbesserung des »Unternehmenswertes« in erfolgreichen Unternehmen.

Um so entscheidender war dieser Schritt, je vergleichbarer Produkte wurden, je massiver die Globalisierung der Märkte verstärkt wurde und je mehr die Unternehmen auch hierdurch gezwungen wurden, der Marke (Dachmarke und evtl. auch Produktmarke) mitsamt Dienstleistungen, Sortimenten und weiterführenden Kundennutzen besondere »Werte« zu verschaffen, die eine klare Abgrenzung und Identifizierung international ermöglichen. Innerhalb der Betriebswirtschaft hat sich dabei der Wandel von einer rein funktionsorientierten Denkweise des Marketing zu einer unternehmensbezogenen Denkhaltung etabliert.

In diesem Sinne wird der Marketing-Club Hagen auch in Zukunft bemüht sein, allen Mitgliedern und Gästen nicht nur Vorträge verschiedener Couleur, sondern auch ein Wertesystem anzubieten, indem sich auch externe Fürsprecher unseres Marketing-Clubs wohlfühlen und wiederfinden. Die Verleihung des Hagener Marketing-Preises oder die Jahresveranstaltung 7 Themen – 7 Gänge – in diesem Jahr am 10. November 2000 im Hotel Mercure – sind hierfür markante und sehr beliebte Beispiele.

Herzlichst, Ihr

Dr. Markus Hoffmeister

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Renate Kumpel
DOUGLAS Media & Werbeagentur GmbH,
c/o DOUGLAS HOLDING AG,
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen,
Telefon 0 23 31/690-366,
Fax 0 23 31/6 36 02,
www.mc-hagen.de

Fortsetzung von Seite 1

nötig. Denn Mitarbeiter motivieren heißt vor allem Einigkeit darüber zu erzielen, was man wie erreichen will. Oder wie Peter Klesse es ausdrückt: »Ein Prozess ist nichts automatisches. Man muss wissen, welche Schritte man geht und »WAS, WER, WIE« zu tun hat.« Das Ziel des Abends – sich überhaupt einmal Gedanken darüber zu machen, welche Veränderungen nötig und möglich sind – wurde von allen Teilnehmern erreicht. Und eines ist sicher: Wenn jeder Mitarbeiter so motiviert und aufgeweckt wäre wie die Teilnehmer dieses Work-



shops, wäre Mitarbeitermotivation wohl kein Thema mehr. Weiter so!

Clubabend am 10. November 2000

7 Themen – 7 Gänge

An dieser Stelle möchten wir noch einmal auf unsere Jahresabschlussveranstaltung am 10. November im Mercure Hotel hinweisen. Es erwartet Sie ein festlicher Abend, bei dessen Gestaltung sowohl das geistige, als auch das leibliche Wohl der Clubmitglieder im Vordergrund stehen. Unter dem Motto »von Mitgliedern für Mitglieder« erleben Sie eine einmalige Veranstaltungsmixtur. Sieben Gänge eines

zauberhaften Menüs werden unmittelbar mit sieben verschiedenen Themen rund um den MC Hagen kombiniert.

Außerdem ist dieser Abend eine gute Gelegenheit für Sie, die neuen Clubmitglieder kennenzulernen. Interessante und anregende Gespräche ergeben sich in dieser gemütlichen Runde garantiert.

Lassen Sie sich dieses genussvolle, erlebnisreiche und animierende Jahreshighlight beim MC Hagen auf keinen Fall entgehen.

Bitte beachten Sie, dass nur Clubmitglieder mit maximal einer Begleitperson an diesem Abend teilnehmen können.



Die Einladung zu diesem Clubabend ist Ihnen schon in separater Form zugesandt worden!

Impressum

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

Redaktion:
Angela Dietzel