

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

Ästhetik ist die Kraft, die Gefühle schafft.

Der erste Clubabend nach der Sommerpause gestaltete sich besonders angenehm. Das Mercury Hotel präsentierte sich im neuen Ambiente und mit neuer Klimaanlage. Prof. Rido Busse hielt im leuchtend roten Hemd einen überaus lebhaften Vortrag über „Ästhetik als Lustfaktor im Design“.

„Wie“, so fragte Prof. Busse eingangs, „definiert man eigentlich Design?“ Ist es, wie die IHK es ausdrückt, „der Versuch, die Umwelt etwas bewohnbarer zu machen?“ oder ist es, wie Colani behauptet, „die Schnittstelle zwischen Markt und Gerät“ oder ist „Gutes Design“, so wie es das Unternehmen Braun definiert, „möglichst wenig Design?“ „Weder noch!“, so Prof. Busse.

Design ist „Der Prozess von der Idee zum Produkt!“

Und wie es sich für einen ordentlichen Prozess gehört, gibt es dafür mehrere Kriterien:



- ◆ die sichere technische Funktion
- ◆ die wirtschaftliche Fertigungsfunktion
- ◆ die selbsterklärende ergonomische Fkt.
- ◆ die zielgruppengerechte ästhetische Fkt.

In welchem Maße Design diese Kriterien erfüllen muss, hängt vom jeweiligen Produkt ab. So ist beispielsweise das Kriterium Nr. 4 für eine Vase wesentlich wichtiger als für einen Staubsauger. Und das Kriterium Nr. 1 besitzt für eine Maschine weitaus größere Bedeutung als für einen Tisch.

Die zielgruppengerechte ästhetische Funktion ist demnach das, was man gemeinhin als das Schöne an einem Produkt ansieht. Aber:



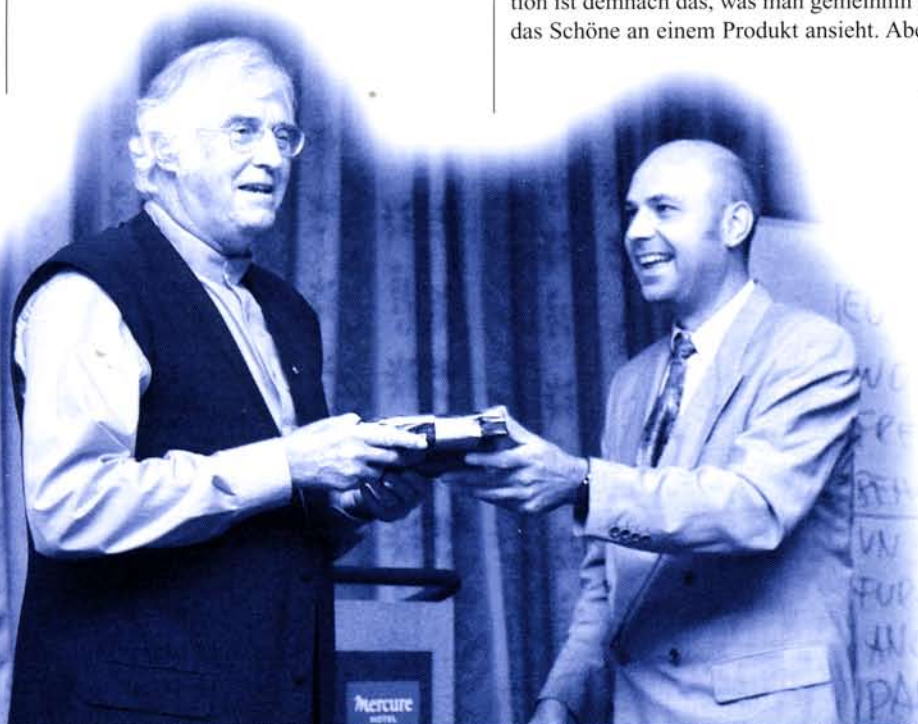
Ist Ästhetik wirklich nur Schönheit?

Nein! Ästhetik ist weitaus mehr. Ästhetik ist lt. Prof. Busse die Kraft, die Gefühle schafft. Und Gefühle entstehen bekanntermaßen auf dem Wege der Wahrnehmung.

Ästhetik empfinden wir mit allen Sinnen. Durch sehen, fühlen, hören, riechen und schmecken. Es kommt auf unsere persönliche Wahrnehmung an, ob wir etwas ästhetisch finden und dazu auf unsere Erfahrung und Phantasie. Wenn alles stimmt – Wahrnehmung, Erfahrung und Phantasie – dann bekommen wir Lust auf ein Produkt, empfinden Behagen, Freude, Wonne oder gar Euphorie. Im Gegenteil kann natürlich etwas, das wir nicht mögen, unansehnlich oder störend finden oder im wahrsten Sinne des Wortes nicht riechen können, Unlust in uns wecken, ja sogar Unbehagen, Furcht, Angst oder gar Panik.

So ist beispielsweise die Ästhetik einer Vogelspinne für einen Biologen einfach wundervoll, für einen Menschen mit Arachnophobie dagegen grauenerregend. Ob etwas als ästhetisch empfunden wird, hängt also ganz von der Betrachtungs- und Empfindungsweise des Einzelnen ab.

Der Vortrag von Prof. Busse hat in jedem Fall ein gutes Gefühl bei allen Anwesenden hinterlassen. Fortsetzung gewünscht!



intern

Liebe Clubfreunde,

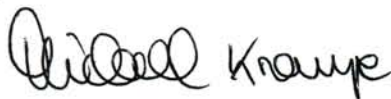
das Internet hat in den vergangenen Wochen und Monaten für einige Turbulenzen am neuen Markt gesorgt. Der unaufhaltsame Boom im „World Wide Web“ scheint zunächst gestoppt. Auch die Veranstaltung „Wertschöpfend werben im weltweiten Web“, Referent Dr. Burkhard Fritz, scheint ausgereizt. Doch der MC Hagen hat immer die passende Antwort parat und es wurde für Ersatz gesorgt:

Herr Albert Hirsch wird uns in seiner unnachahmlichen Art das Thema „Old Economy und New Economy = Real Economy“ näher bringen und ich bin überzeugt davon, dass sowohl das Thema als auch der Referent mehr als ein „Notstöpsel“ sind.

Persönlich freue ich mich darüber, dass wir mit Sicherheit einen Vortrag der Extraklasse zu einem – so finde ich – derzeit unterbewerteten Markt bzw. Thema hören werden und darüber hinaus bereits eine Empfehlung aussprechen möchten, möglichst Gäste und Interessenten zum Mitmachen bzw. Schnuppern im Marketingclub anzuregen.

Mit voller Zuversicht und Spannung, die das Titelthema des Referenten mit sich bringt, freuen wir uns bereits jetzt auf Sie.

Ihr



Michael Knaupe


Die Entwicklung des Internets am Beispiel der Douglas Holding AG und der buch.de interstores AG

New + old economy = real economy

Das Thema Internet und E-Commerce hat in den letzten 15 Monaten sehr unterschiedliche Meinungen erfahren. Inzwischen ist dieser Vertriebsweg erwachsen geworden und am Markt kristallisieren sich verschiedene zukunftsfähige Strukturen heraus.

Ausgehend von der Kurzvorstellung der Douglas-Holding präsentiert der Referent Albert Hirsch die Bedeutung des Internets aus Handelssicht. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der Erkenntnis, dass je nach Branche das reine Internetgeschäft sowie der reine stationäre Handel alleine keine großen Zukunftsaussichten haben.

Nur aus der Kombination von stationärer und virtueller Welt (Multi-Channel) lassen sich mittelfristig lang anhaltende Vorteile für die Kundenbeziehung und die Werthaltigkeit der Unternehmen erzielen. Bücher sowie buchnahe Medienprodukte nehmen nach wie vor die Vorreiterstellung im E-Commerce

ein. Die Douglas Holding hat diesen Trend bereits früh erkannt und mit dem Zusammenschluss von Phönix, Thalia und Stauffacher & Jäggi im stationärem Handel und buch.de als Internetanbieter den im deutschsprachigen Raum größten Zusammenschluss im Sortimentsbuchhandel geschaffen: als einziger Anbieter setzen buch.de und Phönix/Thalia auf konsequentes Multichanneling - eine Strategie, die heute bereits Synergien erschließt ... und zu der es auch keine Alternative gibt. 



Gehen Sie shoppen – online!

Am Clubabend am 02. November 2001 verteilen wir GutscheinCards, die Sie im Internet bei buch.de einlösen können.



Deutsche Post offeriert Chancen und Wege ins Internet und Direktmarketing

Di@log 2001 Congress Center Essen West

Nach dem positiven Auftakt im Vorjahr veranstaltet die Deutsche Post die Di@log 2001 im Congress Center Essen West. Im Zeitalter neuer Medien und des E-Business sind Erfolg versprechende Marketing-Konzepte gekennzeichnet von einer geschickten Mixtur aus online- und offline-Instrumenten.

Genau diese zukunftsorientierte Verzahnung von Direktmarketing und Internet wird auf der Di@log 2001 in Form von hochkarätigen Fachvorträgen, praxisnahen Workshops und

einem interessanten Ausstellerkonzept vermittelt. Zusammen mit dem MC Hagen unterbreitet Ihnen die Deutsche Post ein spezielles Angebot:


Alle Mitglieder erhalten auf die Eintrittskarten der Di@log 2001 am 7. und 8. Nov. eine Ermäßigung von 25%.

Details und Faxantwort erhalten Sie in den nächsten Tagen. Infos zum Messekongress: www.deutschepost.de/dialog

Einladung zum 29. Deutschen Marketingtag mit Marketing-Markt

Deutscher Marketingtag in Düsseldorf

Am 19.10.2001 findet im Congress Center Düsseldorf der 29. Deutsche Marketingtag statt. Unter der Überschrift „Multi-Marketing, erfolgreiche Geschäftsmodelle im Zeichen der E-Economy“ gibt es hier überaus interessante Fachvorträge zu hören, eine Kongress begleitende Fachmesse zu sehen und Düsseldorfer Spezialitäten zu genießen. Die Anmeldung für die Veranstaltung muss persönlich beim DMV erfolgen (410,- EUR zzgl. MwSt. für Mitglieder, bzw. 240,- EUR zzgl. MwSt. für Juniormitglieder). Der MC

Hagen wird den Marketingtag besuchen und bietet seinen Clubmitgliedern die Möglichkeit, gemeinsam mit dem Bus dorthin zu fahren. Wer Interesse hat, der sollte sich bis zum 05.10.2001 Plätze im Bus reservieren. Wir bitten um Verständnis, dass diese Möglichkeit nur für Clubmitglieder und deren Partner besteht. Anmeldungen werden ab sofort im Clubsekretariat entgegen genommen oder setzen Sie einfach ein Kreuz an die entsprechende Stelle auf die abtrennbare Antwortkarte. 

Clubabend am 2. Oktober 2001

Sponsor des Abends: Innovation Consulting

Die Innovation Consulting AG ist ein Beratungsunternehmen mit den Schwerpunkten

- ◆ Unternehmensplanung
- ◆ Personal- und Organisationsentwicklung
- ◆ Existenzgründungsberatung

Die Firma wurde 1994 gegründet und 1997 zur AG umfirmiert. Acht Berater sind Experten in den Bereichen Finanzierung, Öffentliche Förderungen, Direkt-Marketing, Personalentwicklung, Organisationsentwicklung und Coaching von Führungskräften und Existenzgründern. Der Sitz des Unternehmens ist im Haus der Commerzbank in der Bahnhofstr. 38 in Hagen. 



Marketing-Club Hagen e. V.

Clubsekretariat:

Lydia Dziemba
INNOVATION Consulting AG
Bahnhofstraße 38, 58095 Hagen
Telefon 02331/900-596, Telefax 02331/900-591
dziemba@innovation-ag.de
www.mc-hagen.de

Impressum

Konzept und Realisation:

P.A.D. Werbeagentur GmbH, Meinerzhagen
Foto Kühle, Hagen
Werbestatt Wiesemann GmbH, Hagen

Redaktion:

Angela Dietzel
P.A.D. Werbeagentur GmbH, Meinerzhagen