

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

Das Zauberwort heißt: Akzeptieren!

Das Thema des Clubabends am 5. Februar 2002 lautete: **Konflikte besser managen**. Da stellten sich natürlich zunächst folgende Fragen: **Was ist eigentlich ein Konflikt? Was bewirkt er? Und warum halten wir Konflikte oft über lange Zeit aufrecht?**

Richard Brunner, der sich als Coach für internationale Teams, Geschäftsleitungen und Einzelpersonen einen Namen gemacht hat, brachte gleich zu Beginn eine rege Diskussion in Gang.

- ◆ Ein Konflikt, so wurde festgestellt, kann eine Streitsituation, eine Auseinandersetzung aber auch ein innerer Zweispalt sein.
- ◆ Konflikte kosten uns jede Menge Zeit, Kraft, Nerven, Gesundheit, Freude, Beziehungen und Geld.
- ◆ Konflikte werden oft nicht gelöst, weil wir entweder Angst haben, uns ihnen zu stellen, oder weil wir Harmonie suchen, und oft vor allem aber deshalb, weil wir einfach Recht behalten wollen.
- ◆ Konflikte werden oft über lange Zeit aufrecht erhalten, weil wir sie entweder „tot schweigen“, immer wieder aggressiv darauf reagieren oder ständig darüber reden. Vor allem aber, wenn wir lügen.

Um aus diesem Teufelskreis auszubrechen, müssen wir uns zunächst einmal bewusst machen, was ein Konflikt tatsächlich ist.



Ein Konflikt besteht aus zwei Teilen: Problem und Bewertung.

Ein Problem zu haben heißt nichts anderes, als dass Realität und Erwartungen nicht übereinstimmen.

Indem der Mensch das Problem bewertet und es als etwas sieht, was falsch und schlecht ist und er sich noch dazu persönlich damit identifiziert, entsteht ein Konflikt.

Erst wenn der Mensch lernt, Problem und Bewertung zu trennen, kann ein Konflikt wirklich gelöst werden. Hierzu gibt es laut Richard Brunner nur eines, man muss sich des Konflikts bewusst werden und man muss akzeptieren.

In der Akzeptanz liegt die Chance.

Er gab ein Beispiel:


Ein Mann entdeckt, dass seine Frau ihn betrogen hat. Seine Gedanken kreisen nur noch um dieses Problem. Er beharrt darauf, dass er keine Schuld an der Situation trägt. Er redet zunächst nicht mit seiner Frau, dann reagiert er furchtbar aggressiv auf sie und macht ihr immer wieder dieselben Vorwürfe. Im schlimmsten Falle führt dieser Konflikt dazu, dass er auch

anderen Frauen nicht mehr vertrauen kann und entsprechend auf sie reagiert.

Würde der Mann akzeptieren, dass seine Frau ihn betrogen hat, dann wäre der Konflikt gelöst. Er könnte sagen: Ok, es ist so wie es ist, wie geht es jetzt weiter? Natürlich würde er sich weiterhin ärgern, würde wütend und traurig sein, aber er würde nicht mehr in die beschriebenen Muster verfallen. Damit würde er die Freiheit gewinnen, eine Lösung für sein Problem zu finden.

Akzeptieren heißt nicht resignieren, gut heißen oder verdrängen. Akzeptieren heißt etwas als gegeben annehmen und ehrlich zu sich und zu anderen zu sein.



Der Vorschlag, sich in Akzeptanz zu üben, stoß nicht bei allen Zuhörern auf Verständnis. Coach Brunner jedoch riet hierauf, es auszuprobieren. Es gäbe kein Erfolgsrezept. Es gäbe aber die Chance, einen neuen Weg zur Konfliktlösung für sich zu entdecken. Sein abschließender Rat an alle: Versuchen Sie es, akzeptieren Sie! 



Unterhaltung und Ensemble: der Neujahrsempfang des MC Hagen

Der 22.01.2002 war ein ganz besonderer Clubabend: Der Neujahrsempfang des Marketing Club Hagen lockte auch dieses Jahr wieder zahlreiche Mitglieder in die feierlichen Räume der SIHK.

Der Höhepunkt des Abends sollte die Verleihung des 10. Hagener Marketing-

preises bilden. Doch bis zur Bekanntgabe des diesjährigen Preisträgers für vorbildliches Marketing sorgte ein abwechslungsreiches Programm für Unterhaltung. Cordula Aßmann von Radio Hagen interviewte mit Witz und Charme Bürgermeister Victor Dücker, Jürgen Fitting und Hans-Peter Rapp-

Frick zu lokalen, regionalen sowie überregionalen Themen. Es wurden aber auch private Fragen gestellt; so durften die Herren zum Schluss verraten, wer denn aus ihren privaten Umfeld eines Marketingpreises würdig wäre. Die humorvollen Antworten der Befragten reichten von der Tochter, über die Familie bis hin zum Nachbarn.

Anschließend stellte Ines Scheitza zusammen mit Franz Gödde das komplette Programm 2002 des Marketing Club Hagen vor. Hier zeigte sich, dass es auch 2002 auf jeden Fall lohnenswert ist, Mitglied zu sein, denn auch dieses Jahr locken wieder interessante Clubabende mit genauso interessanten Referenten. ☒



Der 10. Hagener Marketingpreis ging auf die Reise...

Um für den Hagener Marketingpreis nominiert zu werden und ihn zu gewinnen, ist immer eine herausragende Leistung oder besonderes Engagement erforderlich. Deshalb war es auch ganz besonders erfreu-

lich, dass der 10. Hagener Marketingpreis für eine herausragende Leistung in Sachen Kundennähe und für soziales Engagement verliehen wurde. Wie immer blieb bis zum Schluss geheim,

wer denn nun im Rahmen der Neujahrveranstaltung des Marketing-Club Hagen den begehrten Preis erhalten würde. Die Wahl fiel auf „Wikingerverreisen“. Der bekannte Hagener Reiseveranstalter hatte es geschafft, gleich zwei Bedingungen der Jury zu erfüllen: eine besondere Leistung zu erbringen und besonderes Engagement zu zeigen.

Die witzige und von schauspielerischen Qualitäten unterstützte Unternehmenspräsentation machte deutlich: Die Leistung liegt in der vorbildlichen Kundennähe. Viele Wikingerverkunden halten dem Unternehmen u.a. deshalb die Treue, weil man sich hier bereits seit 30 Jahren ganz persönlich um sie kümmert. So gibt es bei den Wikingern zum Beispiel den Zehner-Club, dem all diejenigen Kunden angehören, die mindestens zehn Mal mit Wikingerverreisen gereist sind. Und davon wird es in Zukunft immer mehr geben. Denn im Gegensatz zur allgemeinen Entwicklung, konnte Wikingerverreisen auch 2001 neue Kunden gewinnen und den Umsatz beträchtlich steigern.



Sanfter Tourismus für alle. Das besondere Engagement des 10. Marketingpreisträgers liegt im sozialen Engagement in den Reiseländern. So gründete Wikinger-Reisen u.a. die Georg-Kraus-Stiftung und die Gesellschaft zur Förderung von konkreten Entwicklungshilfe-Projekten. Eines dieser gemeinnütziger Projekte ist das Internat für Indianerkinder in Ecuador.



Dimension zu verleihen. So gleicht auch kein Hagener Marketing-Preis dem anderen, sondern repräsentiert vielmehr auf individuelle Art die Leistung, für die er verliehen wurden.

Alle Jahre wieder und immer wieder neu!

Viele Anwesende waren auch in den vergangenen Jahren

Für alle 10 Preisträger ist ihr Hagener Marketingpreis etwas ganz Besonderes.

Die neun Preisträger der vergangenen Jahre: Eduard Hueck GmbH & Co. KG, Ewald Dörken AG, Gustav Alberts GmbH & Co. KG, HEB Hagener Entsorgungsbetrieb, Rentex Vertriebs GmbH, Cordes & Simon, Werner Turck GmbH, FOBA GmbH und Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG Armaturenfabrik. Alle freuten sich mit Dagmar Kimmel und Daniel Kraus von Wikinger Reisen über den Gewinn des Preises, der wie all die Jahre zuvor vom Hagener Künstler Arwed Fritsch gestaltet wurde. Arwed Fritsch gelang es auch diesmal, der Pyramide als Symbol für Erfolgstreben und Ideenreichtum eine neue

bei den Preisverleihungen dabei. Und einige konnten sich sogar noch daran erinnern, wie im Jahr 1993 alles begann. Beim Imbiss sprach man darüber, wie es war, als erstmals ein Marketingpreis in Hagen verliehen wurde. Die Idee kam damals so gut an, dass der Club eigens hierfür neue Statuten auf den Weg brachte und die Verleihung zum regelmäßigen Programmpunkt des Neujahrsempfangs machte.

Machen Sie Ihren Vorschlag für den Preisträger des 11. Hagener Marketingpreises.

Ab sofort werden die Vorschläge für den Preisträger des 11. Hagener-Marketingpreises entgegen genommen. Entsprechende Formulare gibt es im Clubsekretariat und im Internet unter www.mc-hagen.de



Schneller und praktischer per E-Mail

E-Mail stellt eine schnellere und praktischeren Kontaktmöglichkeit zwischen dem MC Hagen und seinen Mitgliedern dar. Um seinen Mitgliedern Informationen und den Dialog in Zukunft auf diesem Weg zukommen zu lassen, bittet der MC Hagen seine Mitglieder die jeweiligen E-Mail-Adressen an folgende Adresse zu senden: dziemba@innovation-ag.de

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.

Geschäftsstelle/Sekretariat:
Lydia Dziemba

c/o INNOVATION Consulting AG
Bahnhofstraße 38
58095 Hagen

intern



Liebe Clubmitglieder!

Das Jahr hatte kaum begonnen, da ging es schon Schlag auf Schlag los: Die Euro-Einführung, der Hagener Marketing-Preis, der erste Clubabend, Karneval. Eh wir uns versehen, sind wir mitten im Jahr. Ich hoffe, viele von Ihnen haben zwischen-

durch die Zeit gefunden, auch Ihre persönlichen Ziele abzustecken und, wie es sich für ein ordentliches Zeitmanagement gehört, auch schriftlich niederzulegen. :-). In Zeiten des Umbruchs, und in diesen stehen wir in dieser konjunkturellen Phase, ist es wichtiger denn je, seine persönlichen Ziele und die seines Unternehmens definiert zu haben. Leider reicht dies nicht. Denn nun geht's an den schwierigeren Teil: die Umsetzung. Aber weil dies so ist, haben wir uns für den nächsten Clubabend Verstärkung geholt und mit Herrn Skirl einen excellenten Trainer bei uns, der hier mit Wegen und Methoden weiterhilft. Ich wünsche Ihnen, dass Sie sich gute Ziele für dieses Jahr gesetzt haben (nicht zu hohe und nicht zu niedrige) und dass Sie diese dann auch erreichen.

Herzlichst Ihr Ralf Mehlmann

Sponsor des nächsten Clubabends am 5. März 2002

Der MC Hagen und GROHE laden ein

GROHE ist die führende Weltmarke für hochwertige Armaturen und sanitärtechnische Systeme. Das Unternehmen verankert seine Marken in allen Weltwirtschaftsregionen, stärkt damit seine Wettbewerbsposition und sichert so seine Unabhängigkeit als eigenständiges Unternehmen.

In einem Klima von Offenheit und Vertrauen entwickelt sich ein Teamgeist, der als wichtige Voraussetzung zum Ausbau und zur Verteidigung der Wettbewerbsposition bezeichnet werden kann.

Seit über sechzig Jahren liegt die Konzentration des Unternehmens auf Produkten und Systemen der Wassertechnologie und es werden immer wieder Standards in Funktion und Design gesetzt. Bei den 5.900 Mitarbeitern aus aller Welt wird Kreativität und Talent durch regelmäßige Weiterbildungen gefördert. Durch kundenorientierte Produkte und Services erreicht das Unternehmen marktgerechte Leistungen und eine hohe Kundenzufriedenheit. Eine

zügige Umsetzung guter Ideen in neue Produkte ist durch die Förderung einer aktiven Innovationskultur sichergestellt.

Grundvoraussetzung für überlegene Produkte sind die Erfahrung, die ständige Erweiterung des Wissens und die Pflege der Kernkompetenz. Wettbewerbsfähige Kostenstrukturen auf allen Ebenen der Wertschöpfung stärken die Ertragskraft des Unternehmens und sichern somit die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Die Stetigkeit der Führungskultur ist ein wichtiges Wesensmerkmal, um die Marktposition und Firmenloyalität zu bewahren. 



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:

PAD. Werbeagentur GmbH, Meinerzhagen
Foto Kühle, Hagen
Werbestatt Wiesemann GmbH, Hagen

Redaktion:

Angela Dietzel, Herdecke
P.AD. Werbeagentur GmbH, Meinerzhagen



MARKETING-CLUB HAGEN E. V.

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband
Berufsverband des Marketing-Managements

Geschäftsstelle/Sekretariat: Lydia Dziemba, INNOVATION Consulting AG,
Bahnhofstraße 38, 58095 Hagen, Telefon 02331/900-596, Telefax 02331/900-591

Herrn Dr.
Markus Hoffmeister
Hoffmeister-Leuchten GmbH
Postfach 1820

D - 58505 Lüdenscheid

Bitte zurücksenden als Fax oder Brief!

An der Marketing-Veranstaltung
am 5. März, 18.30 Uhr im Mercure Hotel Hagen
„Ziele-Training-Meisterschaft“

nehme ich teil:

als Mitglied als Gast*
 mit unten genannten Gästen*

Unterschrift

* Gästebetrag EUR 41,- pro Person