

ClubReport



Mitgliederzeitung des Marketing-Club Chemnitz e.V. / Mitglied im Deutschen Marketing Verband e.V.


Ausgabe 1-2010

Termine

August bis Dezember 2010


+ 21. August 2010
Marketing unterwegs
Thüringen ganz anders – Wir sehen Winkel, die man noch nie gesehen hat

+ 06. September 2010 
**Kommunikationskraft Radio –
Perspektiven in Zeiten
der Digitalisierung**
Radiozentrale GmbH

+ 04. Oktober 2010 
**Gesundheit und Genuss –
Die Auflösung eines
vermeintlichen Widerspruchs**
Laurus Vital GmbH, Hartmannsdorf

+ 08. November 2010 
**Mit dem Kunden reden!
Erfolgsrezept eines Reiseanbieters**
Eberhard TRAVEL GmbH, Kesselsdorf

+ 13. Dezember 2010 
**Durch Konzentration auf die
eigene Stärke zum Nischenerfolg**
Björn Köhler Kunsthandwerk, Eppendorf

 Diese Veranstaltungen werden zertifiziert. Sie haben einen besonders hohen Wert für den Know-How-Transfer.

Teilnehmer an mind. 4 Veranstaltungen erhalten am Ende des Clubjahres ein Weiterbildungszertifikat.

Klartext



Wer besucht den Marketing-Club?

„Heute ist Club, da gehen wir hin!“ – seit Jahren ist das für Günter Ruß und Gattin Brigitte selbstverständlich. Für den Seniorchef des Schleifscheibenwerks Rottluff ist der Blick in das Marketing anderer Branchen ein belebendes Elixier für das eigene Geschäft.

Das weiß auch Stefan Tschök, Pressesprecher der CVAG. Wenn es die Zeit zulässt, filtert er aus dem Programm die für ihn nützlichen Impulse. Das vertreibt Anflüge provinzieller Enge ebenso wie gedankliche Einbahnstraßen. Und: Ob Nahverkehr, Maschinenbau, Apotheke oder Handwerk – jedes Unternehmen hat Individuen als Kunden. Was beschäftigt diese Menschen? Was interessiert sie, was finden sie 'sexy'? Wofür geben sie Geld aus, was muss man ihnen bieten?

Die über 120 Mitglieder des Clubs verbindet deshalb neben Neugier das 'Querdenken'. Vertreter der 'Großen' wie den Stadtwerken, Bruno Banani, Roth & Rau, Envia oder die KomSa AG sind dabei ebenso vertreten wie Existenzgründer, Gewerbetreibende, Handwerker und Kunstliebhaber. Als besonders angenehm wird dem Club seit Jahren bestätigt, dass sich alle Mitglieder und Gäste auf Augenhöhe begeg-

nen. Hier gilt jeder als interessanter Erfahrungsträger – und vielleicht ist gerade diese einfache Philosophie das Geheimnis eines erfolgreichen Clublebens.

Mehr noch: Marketing-Fachleute lieben den Dialog. Wer Besonderes zu bieten hat, ist deshalb auch oft bereit, Einblicke in seine Praxis oder sein Unternehmen zu geben.

Gerd Baumann von StarragHeckert bringt die Dialogbereitschaft auf den Punkt: „Wir treffen den Nerv unserer Kunden, wenn wir mit ihnen über brennende Themen ihrer Produktion sprechen. Im Dialog entwickeln sich dadurch Kaufmotive, die in der individuellen Kunden-Nutzen-Argumentation zu schlagkräftigen Verkaufsargumenten führen“.

Wie das geht, erkunden die Clubmitglieder an jedem ersten Montag im Monat, wenn es heißt: „Heute ist Club, da gehen wir hin!“ +

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht

Volker Türschmann
Präsident Marketing-Club Chemnitz e.V.

Marketing im Club

Haltung bewahren

Die Einheit von Körper,
Bauchgefühl und Geist

Man kann nicht nicht kommunizieren – diese Tatsache illustrierte der Referent Hans David eindrucksvoll und praxisnah in der MCC-Dezemberveranstaltung.

Zu Beginn wurden grundlegende Verhaltensweisen skizziert und gern vergessene Wahrheiten über unser Aufnahmevermögen bzw. 'Filtermechanismen' zusammengefasst.

Während ein interessiertes Publikum mehr und mehr 'auftaute', gab es immer wieder Zwischenapplaus für Mitmacher und verblüffende Experimente.

Mut brauchten die 'Probanden' jede Menge, denn niemand wusste um die eigentlichen Ziele der Übungen. Ganz gleich, ob es dabei um Körpersignale, unbewusste 'Fingerzeige', Mimik, Gestik oder Blickkontakte ging, verbanden



Körpersprache bis in die Fingerspitzen

sich Spannung mit sehr unterhaltsamer Wissensvermittlung. Gleichzeitig wurden alltägliche Situationen und Stressmomente in Unternehmen (z.B. die Beschwerde eines Kunden) oder Reaktionen auf nonverbale Informationen nachgestellt und ausgewertet, so dass handfestes Praxiswissen mit nach Hause genommen werden konnte.

Einhellige Meinung am anschließenden Buffet: Gut angelegte Zeit – ein sehr schöner (Marketing-) Jahresausklang! +

+ Datum: 08. Dezember 2009
+ Kontakt: www.hans-david.de

Verleihung Meilenstein

Chemnitzer Meilenstein 2010

3D-Micromac erhält Auszeichnung



Glückwünsche an Dipl.-Ing. Tino Petsch (Geschäftsführer)

Die Gäste waren sich einig: Dieses Unternehmen hat den 'Meilenstein' wirklich verdient!

Geradezu exzellent erfüllte das Unternehmen jene Kriterien, die an die Vergabe des Preises geknüpft sind. Neben hervorragenden Produkten (im speziellen Falle der Mikrosystemtechnik) sind das besonders die Anstrengungen, die zur breiten Vermarktung und zum geschäftlichen Erfolg des Unternehmens beigetragen haben.

Andererseits stellt 3D-Micromac etwas dar, das nicht oft zu finden ist: Ein Unternehmen aus Ostdeutschland, das durch zielstrebige und beharrliche Arbeit zum Weltmarktführer auf seinem Gebiet geworden ist. Innerhalb von nur sieben Jahren seit Unternehmensgründung wurde eine ehrgeizige Geschäftsidee umgesetzt und ein weltweites Vertriebs- und Entwicklungsnetz geschaffen.

Möglich wurden diese beeindruckenden Leistungen durch ein 'Power-Management', fachlich hervorragende Mitarbeiter sowie ein weit verzweigtes Netzwerk in- und ausländischer Partner. Mit der Auszeichnung des Unternehmens im SmartSystem Campus wird gleichzeitig der Beitrag gewürdigt, den es zur Entwicklung der Chemnitzer Wirtschaft leistet. Verbunden damit ist eine klare Vorbildfunktion für Unternehmen und Menschen in der ganzen Region. +



+ Datum: 18. Januar 2010

+ Kontakt: www.3d-micromac.com

Marketing im Club

Loewe –

mehr als ein unterhaltsamer
Fernseh-Abend

Das Thema Heimelektronik scheidet die Geister. Die Einen schauen Filmchen im Briefmarkenformat auf Laptops. Andere wiederum brauchen die 'volle Dröhnung': HDTV oder Blu-ray mit kolossalem Raumklang vom Feinsten.

Dr. Roland Raithel, Pressesprecher der Firma Loewe, zeigte den Clubgästen allerdings keine Technik, sondern die Steigerung der produktphilosophischen Bandbreite.

Neben exzellentem Bild und Ton lebt das Kronacher Unternehmen Design, Individualität und den 'Charakterkopf' einer deutschen Marke.

Der Referent verdeutlichte das Ringen eines mittelständischen Unternehmens um Vision, Mission, Markenwerte; um Erscheinungsbild und Kommunikations-



Der Opernliebhaber als Markenbotschafter

strategie; um Mitarbeiterführung, Krisen- und Vertriebsmanagement.

Fazit des charmanten Vortrages: Eine erfolgreiche Marke braucht kristallklar herausgearbeitete Gedankengerüste, eine bedingungslose Kundenorientierung, gut informierte Partner und Mitarbeiter sowie sauber festgelegte (durchaus auch autoritäre) Entscheidungsstrukturen.

So mancher Unternehmer aus dem Kreis der Gäste wirkte im Anschluss recht nachdenklich ... +

+ Datum: 02. März 2010
+ Kontakt: www.loewe.de

Marketing im Club

Politik verkaufen – ganz einfach?

Komplexe Entscheidungsfindungen

Je abstrakter das Thema, umso mehr Übereinstimmung gibt es und der Wahlkampf ist gewonnen. Konkret geht das so: „Sind Sie für Gerechtigkeit?“ „Ja.“ „Prima.“ „Sind Sie gegen Staatsschulden, Arbeitslosigkeit, Fremdenhass, Lehrermangel und, und, und?“ „Ja. Ja. Ja.“ „Prima. Wählen Sie mich!“

Dass das gesellschaftliche Zusammenleben so nicht funktionieren kann, wurde im April-Clubabend zügig klar. Schnell werden politische Themen konkret und

Geduldig, fundiert und mit Detailwissen ausgestattet beleuchtete er den Politikbetrieb, verdeutlichte verzwickte Sachverhalte und illustrierte anschaulich, dass der Teufel auch beim Regieren im Detail liegt. Die anschließenden Fragen aus dem Publikum waren sehr vielschichtig und lebhaft zugleich, die Antworten interessant, sehr persönlich und praxisnah.

Vielleicht kamen gerade dadurch die Clubgäste auch ein wenig hinter das Ge-



Politischer Alltag: Stehvermögen wird in Sitzungsmarathons geboren

emotionalisieren die Menge – was im Allgemeinen dazu führt, dass sich in endlosen Debatten die Meinungen gegenseitig pulverisieren.

Dass es am Montag nicht dazu kam, war dem Referenten zu verdanken. Michael Kretschmer, Abgeordneter (CDU) des Bundestages und wohnhaft in Görlitz, bewies im Vortrag und in der anschließenden Diskussion Stehvermögen im wahrsten Sinne des Wortes.

heimnis lebendiger Politik: Details genau kennen und dann mit dem 'Weiten Blick auf Alles' Entscheidungen treffen. Für diese Entscheidungen dann auch die volle Verantwortung zu übernehmen, Widersprüche zu akzeptieren und auszuhalten sowie zäh um neue Lösungen zu ringen gehört dabei ebenso zum Alltag von 'Politprofis' wie das 'Verkaufen' der beschlossenen Kompromisse. Eben doch keine ganz so einfache Sache ... +

+ Datum: 14. April 2010
+ Kontakt: www.michaelkretschmer.de

Marketing im Club

Porsche auf der Überholspur – durch echte Partnerschaften

Wer Porsche sagt, meint High-Tech, Innovationen, Emotionen und Fahrspaß. Dass diese 'Klischees im Kopf' immer wieder aufs Neue erarbeitet werden müssen, verdeutlichte anschaulich Jürgen Binder, Projektleiter im Einkauf des Unternehmens.

Mehr noch: Porsche verlagert den eigentlichen Wertschöpfungsprozess in die Pflichtenhefte seiner Lieferanten. Die Folge sind intensive Auswahl- sowie gemeinsame Entwicklungs- und Arbeitsprozesse.

Spannende Einblicke in diese Beschaffungsstrategie, in das Geben und Nehmen zwischen den Partnern machten den Abend im Marketing-Club zum Erlebnis. Ein Erlebnis, das in der Erkenntnis gipfelte: „Partner müssen sich wichtig sein, damit Motivation und Spaß entstehen.“ Stimmt genau – nicht nur im Automobilbau! +

+ Datum: 16. Februar 2010
+ Kontakt: www.porsche.com

Herausgeber

Marketing-Club Chemnitz e.V.
Sekretariat
c/o Hotel Mercure Kongress
Brückenstraße 19, 09111 Chemnitz
Telefon: 0371/ 66 60 071
E-Mail: mc.chemnitz@t-online.de
Internet: www.marketing-club-chemnitz.de



Gestaltung, Redaktion, Text, Fotografie

breitband

breitband - Agentur für Kommunikation / Design / Werbung GmbH
Bernsdorfer Straße 210-212
09126 Chemnitz
Telefon: 0371/ 53 47 145
E-Mail: ma@breitband-agentur.de
Internet: www.breitband-agentur.de

Willkommen im Club

'Geschmackvolles' Handwerk

Die Fleischerei Richter aus Oederan wird von Claudia Richter im Club vertreten. Seit 1997 in der Firma tätig, verantwortet sie seit 2007 den gesamten Bereich Marketing.

Dazu gehört neben der konzeptionellen und strategischen Marketingausrichtung natürlich auch die tägliche Umsetzung sowie die Kontrolle der gestellten Ziele. Und das ist richtig Arbeit: Homepagebetreuung, Handzettelgestaltung, Anzeigenschaltung, Filialgestaltung und Sommerfestorganisation sind nur ein Teil der Aufgabenvielfalt. +



Software mit System

Die iFD AG steht für 20 Jahre Erfahrung auf dem Gebiet der Konzeption und Realisierung fortschrittlicher IT-Lösungen, die auf Standardsoftware basieren. Das Unternehmen realisierte weltweit über 100 Systeme. Man findet sie branchenübergreifend in jeder Größenordnung und Ausprägung.

Frau Flittner arbeitet seit Ende 2006 als Leiterin für den Bereich Marketing und Vertrieb. Ihr Team besteht aus drei Mitarbeiterinnen sowie eines Auszubildenden für die Berufsrichtung 'IT-Systemkaufmann'. +



'Nachwuchsarbeit' im Bankensektor

Die Sparkasse ist das Kreditinstitut der Region – mit 61 Geschäftsstellen, über 800 Mitarbeitern und einer Bilanzsumme von 3,6 Milliarden Euro (2009). Frau Reinhold ist in der Abteilung Marketing tätig und kümmert sich speziell um Nachwuchskunden (Grundschule bis 'Junge Erwachsene'). +



Die schöne Welt der Waren

Herr Preißler ist der Centermanager der Sachsen-Allee Chemnitz. Nach eigenem Bekunden zählt das Haus zu den schönsten Einkaufsgalerien Sachsens.

Auf zwei Ebenen mit insgesamt 32.000 m² Einkaufsfläche erwarten die Käufer über 85 Fachgeschäfte in den unterschiedlichsten Branchen. Von Media-Markt, H&M, Kaufland als SB-Warenhaus, Esprit, Douglas, Intersport, New Yorker, Deichmann und vielen anderen Geschäften mehr findet hier die ganze Familie etwas ... +

