Super Sonntag
18. November 2001

Von Könnern für Könner:

Marketing-Strategien beim 3. Marketing-Forum in Halle

Halle (ks). Rund 100 Teilnehmer waren am Donnerstag zum 3. Marketing-Forum in das Ankerhof-Hotel gekommen, um über „Partnerschaftliche Kundenbeziehung als Unternehmensphilosophie" zu diskutieren. Bereits zum dritten Mal hatten Marketing-Club Halle (Saale) und BBI Wirtschaftsberatung GmbH Halle zum Forum eingeladen. „Der aktive Kunde hat die Macht!", mahnte Dr. Christian Blümelhuber vom Institut für Marketing an der Uni München im ersten von vier Plenarvorträgen. Die einzige Antwort sei ein offensives Marketing, profitabel (ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Gewinn und Kundenbedürfnis), offensiv (Marktführerschaft anstreben, Konkurrenten in die Nachahmerposition zwingen), integrativ (das gesamte Unternehmen einbeziehen), strategisch (gezielte Marketingpläne) und effektiv (gemanagt). Für Managementtrainerin Dr. Karin Hofbauer heißt „Dominanz am Markt" auch „Faszination nach innen". Mitarbeiter als interne Kunden behandeln, riet sie den Forum-Teilnehmern, Führungskräfte sollten sich als Dienstleister für ihre Kunden, die Mitarbeiter, verstehen. „Über Produkte allein kann sich ein Unternehmen heute kaum noch behaupten", sagte Edda Abicht, Leiterin BBI- Wirtschaftsberatung, dem WOCHENSPIEGEL. Es gelte, den Kunden als dauerhaften Partner zu gewinnen. „Immer im Gespräch bleiben und das Vertrauensverhältnis zwischen Unternehmen und Kunden festigen". Auch beim 3. Marketing-Forum blieb es nicht bei Theorien. Ein bestens funktionierendes Beispiel stellte Tobias Oswald, Bereichsleiter Marketing bei Kirch Intermedia mit der Kundenbindung durch interaktives Fernsehen bei ProSieben vor. In drei Workshops „Marktorientierte Unternehmensführung und Personalentwicklung" (Moderation: Prof. Joachim Kund, Geschäftsführer BBI-Wirtschaftsberatung), „e-Marketing - praktische Trends in der Entwicklung und Anwendung" (Moderation: Uwe Witczak, Geschäftsführer Marketingclub Halle) und „Unternehmenskooperation als Wertschöpfungspartnerschaft" (Moderation: Reinhard Schröter, Geschäftsführer IHK Halle-Dessau) wurden in 15 Einzelvorträgen die in den Plenarvorträgen vorgestellten Marktstrategien vertieft. Ein Treffen der Spezialisten: Erfahrungsaustausch pflegen, neue Geschäftskontakte knüpfen, anhand von „Best Practices" lernen - „unser Marketing- Forum wird immer mehr zur ‚Pflichtveranstaltung für Führungskräfte", meinte Edda Abicht. Die große Resonanz auf das dritte seiner Art scheint ihr recht zu geben.