

«Das kenne ich – das kaufe ich!»

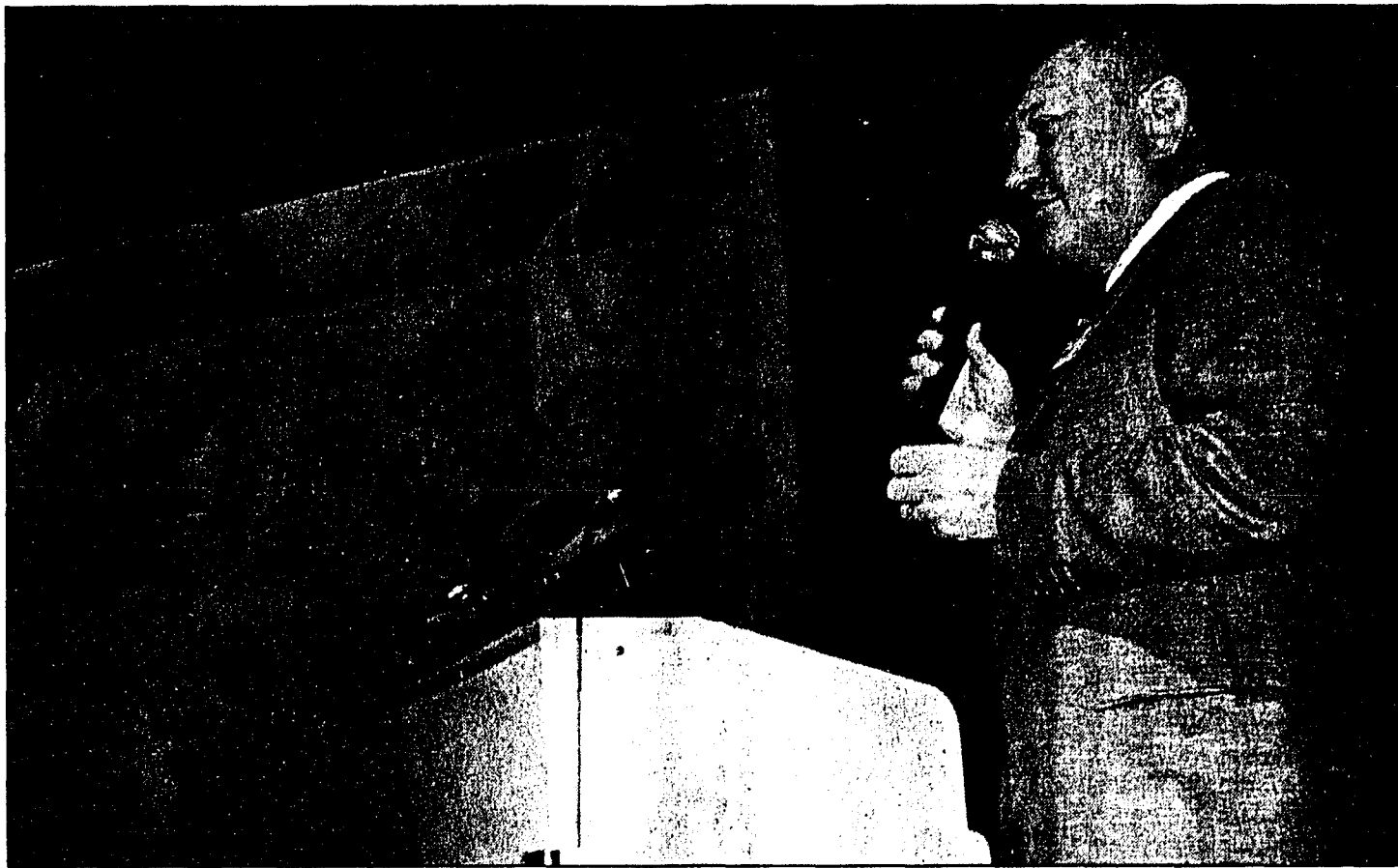
BUSINESSFORUM lud zum Marketing-Fachvortrag von Dkfm. Karl G. Herfert in die Fachhochschule

Mit knapp 180 Gästen – vornehmlich aus Liechtenstein, Österreich und der Schweiz – war der Fachvortrag «Erfolg durch Marketing» von Dkfm. Karl G. Herfert, organisiert vom BusinessForum in der Aula der Fachhochschule Liechtenstein gestern Abend überaus gut besucht.

Erich Walter de Meijer

Karl G. Herfert engagiert sich für Ivoclar-Vivadent seit Jahrzehnten in diesem Metier und ist daher Fachmann von Format. Entsprechend interessant waren seine Ausführungen vor dem interessierten Publikum.

Im Prinzip scheint die Sache ja ganz einfach: Marketing untersucht, was der Kunde braucht, was er sich wünscht – und reagiert. «That's it», meinte Karl G. Herfert gestern. Aber man kann doch etwas in die Tiefe gehen, muss bestimmte Regeln beachten und sich Konzepte zurechtbasteln, um Produkte dann erfolgreich an den Mann zu bringen. Die Urväter der industriellen Gesellschaft hatten es einfach: Der Kunde musste das kaufen, was der Hersteller produzierte – basta. Denn es gab vor Jahrzehnten noch eben nur einen Autoher-



An die 180 Besucher lockte der Fachvortrag von Karl G. Herfert in die Aula der Fachhochschule. Das Thema: «Erfolg durch Marketing»

steller. Nämlich Ford.

Heute hat der Kunde die Qual der Wahl – man muss ihn auf seine Seite bringen. Das ist die Aufgabe des Marketing. Marketing ist somit «Die Summe aller Aktivitäten eines Unternehmens, die darauf gerichtet sind, Kundenwünsche zu erfüllen.

Dies gilt nicht nur für die Werbefachleute, sondern für die ganze Firma – für Einkauf, Produktion, Buchhaltung, Finanz, Forschung, Verkauf, Entwicklung und Serviceabteilung, etc. gleichermassen», erklärte Karl G. Herfert.

Um im Marketing erfolgreich zu sein, müssen die Marketinginstrumente in strategische Entscheidungsfelder eingeteilt werden. Und wenn das ordentlich berücksichtigt wird, dann geht die Rechnung auf, auch für einen Strassenhändler.

Der Marketingmix bietet viele Variationsmöglichkeiten: Je nach Markt, Konkurrenz- und Firmensituation können individuelle Lösungen gefunden werden. Im Mix sollte aber berücksichtigt werden, dass das Produkt, das auf den Markt gebracht wird, sich unterscheidet von den anderen, dass eigene Eigenschaften hervorgehoben werden und das Produkt dadurch vielleicht einzigartig

wird. Ein Produkt soll so positioniert werden, dass es auch möglichst mit einem Begriff in Verbindung gebracht wird – wer beispielsweise an Volvo denkt, denkt gleichzeitig an Sicherheit. Das Produkt braucht auch Publizität – es soll die



Karl Herfert: «Man konzentriert sich auf die 4 P's ...»

Nummer 1 am Markt werden. Die Nummer 2 merkt sich niemand ...» Diesem Thema gönnte Karl Herfert in seinem Referat breiten Raum.

Anhand eines Produktes, das Ivoclar-Vivadent vor knapp neun Jahren auf den Markt brachte, zeigte Herfert, wie Marketing konkret funktioniert. «Die Anzahl der Produkte wird weiter rasant zunehmen, genauso wie die Werbebotschaften, die auf die Verbraucher einströmen. Bereits heute ist es schwer, im Supermarkt ein Produkt einer speziellen Warengattung auszuwählen, so gross ist das Angebot. Nur jene Unternehmen werden langfristigen Erfolg haben, denen es gelingt, einen Platz im Kopf des Verbrauchers einzunehmen.»

Die anschliessende Diskussion brachte Antworten auf weitere Fragen – und den Apero nutzten viele Zuhörer für Fachsimpelien zum Thema «Marketing».



Im Publikum war man interessiert an der konkreten Arbeit eines Marketingmanagers bei Ivoclar-Vivadent.

Sparen im Dreiländereck: Zentralismus hilft dabei?

Vorarlbergs Landeshauptmann Sausgruber für Bürgernähe in der Region

BREGENZ: Am Freitag wurde im Rahmen einer Pressekonferenz. Mit Vorarlbergs Landeshauptmann Herbert Sausgruber, eine aktuelle Studie des Institutes für Wirtschaftsforschung (Wifo) über die «Staatsaufgaben in Deutschland, der Schweiz und Österreich nach Aufgabenbereichen und Ebenen der Staatstätigkeit» vorgestellt.

Die Präsentation erfolgte durch die beiden Universitätsprofessoren Helmut Kramer (Wifo-Institut Wien) und Peter Pernthaler vom Institut für Föderalismus in Innsbruck. In Diskussionen über den Verwaltungsaufwand des Staates wird immer wieder behauptet, die föderalistische Struktur Österreichs mit seinen neun Landtagen sei zu teuer. Dazu wurde vom Institut für Föderalismusforschung, einer Einrichtung der Länder Salzburg, Tirol und Vorarlberg, eine Studie in Auftrag gegeben. Diese Studie des Wifo zeigt auf, dass dies nicht der Fall ist. «Mehr Zentralismus ist nicht automatisch billiger», betonte Sausgruber und forder-



Die Studie wurde von den beiden (von links) Univ.Prof. Helmut Kramer und Peter Pernthaler, sowie LH Herbert Sausgruber und Landesamtsdirektor Werner Brandtner vorgestellt.

te deshalb «eine Kompetenzverlagerung auf Länder und Gemeinden und Einsparungen insbesondere in der Zentralver-

waltung des Bundes». Insbesondere mahnte Sausgruber auch die Einführung der Landesverwaltungsgerichte ein.

Ein Dreiländervergleich des Antelles der Staatsebenen am öffentlichen Personalaufwand zeigt, dass in Österreich die

Bundesverwaltung mit knapp 43 Prozent überproportional ausgebaut ist. Die Schweiz kommt mit 11,8 Prozent am günstigsten weg, noch vor Deutschland mit 14 Prozent. Wifo-Chef Kramer gab zu bedenken, dass «sich an dieser Tatsache Reformbestrebungen zu orientieren hätten» und betonte: «Föderalistische Strukturen tendieren dazu, kostengünstiger zu sein».

Pernthaler sieht die interessante internationale Entwicklung des Föderalismus stärker in Richtung eines Wettbewerbsföderalismus und stellte fest: «Eine föderalistische Verwaltung hat nur dann Sinn, wenn der dadurch mögliche Wettbewerb zwischen den einzelnen Verwaltungen des Bundes und der Länder zu Kostensenkungen führt».

Die interessante Studie von Kramer ist nur der erste Abschnitt eines vom Föderalismusinstitut geplanten längerfristigen Forschungsvorhabens, das die Verwaltungen verschiedener europäischer Staaten auf ihre Verwaltungskosten vergleichen soll.

NACHRICHTEN

Probleme mit dem Euro

BASEL: Der Kurs des Euro befindet sich nicht im Einklang mit den wirtschaftlichen Fundamentaldaten der Länder der Eurozone. Diese Ansicht vertraten die G-10-Notenbankchefs bei der jeden Monat stattfindenden Konferenz bei der Bank für Internationalen Zahlungsausgleich (BIZ) in Basel. Angesichts der guten Wirtschaftslage und des Wirtschaftswachstums in den Euroländern sollte der Kursrückgang der Einheitswährung zu einem Stillstand kommen, erklärte der Vorsitzende des Gremiums, der britische Notenbankchef Eddie George.

Musikstreit

GENÈVE: Die EU ist im Tantiemen-Streit mit den USA un-nachgiebig. Vor dem Schiedsgericht der Welthandelsorganisation (WTO) in Genf lehnte die EU am Montag einen Vorschlag der USA ab, die ihr Patentgesetz innerhalb von 15 Monaten ändern wollen. Der neue Leiter der EU-Delegation in Genf, Botschafter Carlo Trojan, erklärte, für eine einfache Gesetzesänderung sei keine derart lange Frist notwendig. Ähnlich äusserte sich ein Vertreter Australiens, der beklagte, australischen Musikern seien durch die derzeit geltende Regelung in den USA bereits viel zu viele Tantiemen verloren gegangen. Das WTO-Schiedsgericht hatte Ende Juli festgestellt, dass die USA gegen die WTO-Regeln zum Schutz geistigen Eigentums verstossen, weil sie etwa Drei-Viertel aller Restaurants und Bars und fast der Hälfte aller Geschäfte erlauben, Musik zu spielen, ohne dafür Tantiemen für Musiker und Komponisten abzuführen. In einem Punkt bekam die EU jedoch damals nicht Recht. Kleine Restaurants und Geschäfte in den USA dürfen auch weiterhin gebührenfrei Musik spielen, solange sie dafür keine Geräte benutzen, die grösser sind als Musikanlagen für den Privatgebrauch. Sollten sich die EU und die USA in dieser Woche nicht mehr auf einen Zeitraum für die Umsetzung des WTO-Urteils einigen, wird das Schiedsgericht eine Frist festsetzen.

Streiks bei der Telekom

ATHEN: Tausende von griechischen Telekom-Beschäftigten sind am Montag in einen 72-stündigen Streik getreten. Sie wollen damit gegen die Privatisierungspläne der Regierung demonstrieren, teilte ein Gewerkschaftssprecher in Athen mit. 93 Prozent der 20 000 Mitarbeiter beteiligten sich an der Aktion, die zunächst keine grösseren Auswirkungen auf das Alltagsleben hatte. Die Hellenische Telekommunikations-Organisation (OTE) teilte mit, sie erwäge, am Dienstag und Mittwoch nicht die Fussballspiele von der Champions League zu übertragen. Die gehören allerdings zu den Sendungen mit den höchsten Einschaltquoten.