

---

## Management 2.0 heisst Mergement

31.08.2009, 08:42 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Schürch's Handysocken.ch*

---



Mergement by Handysocken.ch

Das Management bezieht sich vielfach nur auf die internen Aufgaben in einem Unternehmen. Businesspläne, Masterpläne und Strategien werden als Heiliger Gral behandelt und dürfen nicht zur Diskussion stehen – erst recht nicht bei den Kunden.

Aber das Privatleben der Kunden ist bereits öffentlich. Die Stimmung und die Erlebnisse werden bei Facebook und Twitter in Echtzeit publiziert. Dies fördert nicht nur die Kommunikation untereinander, sondern hilft auch den anderen zu verstehen und neues zu entdecken. Sozial gesehen stärken sich die Nutzer also gegenseitig. Die Welt wird zu einem Dorf.

Ein Dorf, welches es wirtschaftlich auch vor der Globalisierung war. Während der Industrialisierung wurde das Individuum aber durch die Massenware Mensch und Maschinen ersetzt. Unternehmen investierten seit dem viel Zeit, um eine imaginäre Persönlichkeit aufzubauen. Selbst Familienunternehmen wurden zu ungreifbaren Gebilden, die Leute hinter der Kulisse verschwanden hinter Glasfassaden. Als Kunde wird ein Unternehmen nur noch als eine grosse Marke wahrgenommen und die Beziehung ist somit unpersönlich geworden. Doch der rasante Wachstum von Web 2.0 Konzepten, Facebook und Twitter zeigt, dass die Gesellschaft das Bedürfnis hat, sich dem anderen mitzuteilen und den anderen als Individuum kennenzulernen.

Web 2.0 beim Management:

Wieso dies also nicht auch in der Unternehmensstrategie einsetzen? Während des Blogging-Booms wurde bereits mit einem neuen Konzept versucht, die einzelnen Kunden direkt über das Internet anzusprechen und miteinzubeziehen, welches aber am Ziel vorbeischoß: Marken erschaffen Fake-Blogs, in denen Personen von Produkten schwärmten, welche sie vermeintlich selbst nutzten und laufend darüber berichteten. Andere Blogger griffen dies auf, schrieben selbst darüber und streuten somit das Produkt in die weite Welt hinaus. Als die vermeintlichen Markenfans als imaginäre, vom Marketing-Team erschaffenen Personen aufflogen, war der Schaden für die Marke und das Produkt unvermeidbar.

Handysocken.ch packt aber genau bei diesem Ansatz an. Andreas Schürch, Inhaber vom gleichnamigen Webshop, welcher sich auf Handysocken und Handytaschen spezialisiert hat, entwickelte daraus ein neues Konzept, welches kein Fake ist und beiden Parteien, Kunden und Unternehmen, bei cleverer Ausführung einen Vorteil bringen kann: „Mergement“. Er meint dazu: „Bei Handysocken.ch setze ich seit Gründung auf virales und direktes Marketing. Dadurch erhalte ich wöchentlich Kunden-Feedbacks per E-Mail und auch neue Ideen, die bei uns umgesetzt werden. Ich suchte nach einem effektiverem Weg, den Kunden mit einzubeziehen, aber gleichzeitig den eigenen Aufwand für Auswertung und Bewertung der Inputs zu minimieren. Darum verfolgte ich über längere Zeit Konzepte, bei denen Ideen miteinander online entwickelt und bewertet werden. Doch diese sind meistens nur als registriertes Mitglied nutzbar und gleichen beim Aufbau dem eines Forums. Somit fehlt das vernetzte und es entsteht eine Diskussion. Die Idee und die Gedankengänge müssen danach trotzdem vom Unternehmen zusammengefasst werden. Mich überzeugte dann das Konzept des Wikis,

wie es bei Wikipedia genutzt wird. Jeder kann die Inhalte ohne Registrierung anpassen und gleichzeitig wird es von anderen Nutzern wiederum geprüft, erweitert oder gelöscht. Die Kunden kontrollieren die Beiträge also gegenseitig und fassen diese verständlich zusammen. Erweitert man dieses Prinzip mit einem Votingsystem und einem Diskussionsbereich für pro Idee, Aufgabe oder Ziel, entsteht dadurch ein mächtiges Werkzeug, in dem die Kunden jederzeit Inputs geben können, zeitnah abläuft und das Unternehmen einen kleinen Betreuungsaufwand hat. Wenn man diesen Gedanken weiterzieht, könnte man mehrere Mergements verschiedener Unternehmen verknüpfen. Das bisher unsichtbare Netzwerk von Unternehmen, Kunden und Partnern wird greifbar und die Strategien werden aufeinander abgestimmt. Produkte und Ideen welche in der Praxis nichts taugen würden, werden damit bereits im Vorfeld von den Kunden abgewertet und neue Ideen fließen ohne Umwege ein. Aus meiner Sicht ein klarer Vorteil fürs Unternehmen..

#### Mergement:

Mergement setzt sich aus den Begriffen "Management" und "mergen" zusammen.

- Management: Die klassische Strategiebildung und Koordinierung im Unternehmen
- mergen: ein Begriff, welcher zum Beispiel im IT-Bereich genutzt wird, um mehrere Versionen einer Website zu einer zu vereinen. Die verschiedenen Informationen, aus verschiedenen Quellen werden also zu einer Information zusammengefasst.

Das Mergement ist somit ein Zusammentragen verschiedener Inputs von Kunden, Partnern und Unternehmen selbst, welche direkt ins Management übertragen werden. Das Mergement bündelt die Feedbacks, Kundenmeinungen, Votings und Ideen der Kunden und fasst diese übersichtlich an einem Ort zusammen. Anstatt den Umweg über Umfragen, Statistiken und Marktforschungen zu machen, bietet das Mergement den Kunden den Vorteil ihre Ideen 1:1 ins Unternehmen einbringen zu können.

#### Der Versuch:

Handysocken.ch ist das erste Unternehmen, welches das Mergement praktiziert und startet damit den Versuch, das web 2.0 auch in die Unternehmen und im Management zu etablieren. Dies soll ein Appell an andere Unternehmen sein, sich mit den neuen Möglichkeiten des web 2.0, den social-networks und der neuen Generation von Kunden zu befassen, welche bereit ist sich aktiv zu beteiligen.

Ab sofort kann unter mergement.net versuchsweise beim Management von Handysocken.ch mitbestimmt werden. Aktuell wird als Basis ein Wiki genutzt, welches mittelfristig mit Voting- und Diskussionsbereichen für die einzelnen Ideen erweitert werden soll. Das Mergement selbst ist in mehrere Masterpläne wie Marketing oder Shop unterteilt. Der Besucher kann die Texte mit einem Mausklick mit eigenen Gedanken erweitern, anpassen oder löschen.

#### Zukunft:

Sollte sich diese innovative Idee weiterentwickeln und praktisch als nützlich erweisen, ist es denkbar, ein neues, spezialisiertes Mergement-Onlinetool zu entwickeln, welches anderen Unternehmen zur Verfügung gestellt wird. Interessierte Personen und Unternehmen können sich gerne bei Andreas Schürch melden.

Mergement: eine neue Form von Management, welche voraussetzt Informationen zu veröffentlichen, aber auch viele wertvolle Inputs bringen kann.

## Portrait

Handysocken.ch wurde im Oktober 2006 von Andreas Schürch, aus Luzern (CH), gegründet.

Inzwischen wirken fünf Personen und etliche Partner beim Unternehmen Handysocke mit. Seine Vision ist die Erschaffung von Handytaschen, wie sie bisher noch nicht vorhanden waren und praktiziert den Gedanken eines Handyschutzes, der sich mehr an der Mode als an der Handybranche orientiert.

Handysocken.ch hat sich auf den Verkauf und die Produktion von Handytaschen und Handysocken spezialisiert und unterstützt die Kunden bei ihren Kaufentscheidungen, deckt Neuigkeiten auf und setzt Trends beim Handschutz. Der Onlineshop nimmt nur Produkte mit hoher Qualität, einmaligen Eigenschaften oder modischen Elementen in das Sortiment auf. Qualität und Service steht hier vor Quantität und Schnäppchenpreisen. Handysocken.ch fungiert inzwischen nicht mehr nur als Shop für Privatkunden, sondern wird zudem zu einem Ansprechpartner für Anbieter, Produzenten, Reseller, Privat- sowie B2B-Kunden ausgebaut und vermarktet auch im Auftrag Produkte und Marken. Das Ziel ist es, Handysocken.ch europaweit zu dem Handysocken- und Handytaschen-Spezialisten auszubauen, welcher hochwertige und modische Accessoires verkauft und deren Image verbessert.

Erfüllt werden auch Wünsche von Grosskunden, welche die Handytaschen als Werbeobjekt einsetzen. Optimal für Telekommunikationsanbieter und Firmen, welche ein nützliches Kundengeschenk brauchen.

---

News-ID: 344278 • Views: 1183 (Stand: 29.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/344278/Management-2-0-heisst-Mergement.html>