

Modernes Hochleistungs-Marketing beim FORUM Pforzheim 2011

14.03.2011, 13:39 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Meyle+Müller GmbH+Co.KG*



FORUM PFORZHEIM 2011

Der Katalog hat noch nicht ausgedient – Modernes Hochleistungs-Marketing braucht Internet, Printmedien und persönliche Ansprache

Pforzheim – Auch in Zeiten des Internets haben die Printmedien im Hochleistungs-Marketing längst nicht ausgedient. Entscheidend für den Erfolg im Versandhandel ist der richtige Mix der einzelnen Kanäle. So lautet kurz zusammengefasst das Fazit des hochkarätig besetzten Direktmarketing-Symposiums FORUM PFORZHEIM, das am 10. März von den beiden Pforzheimer Mediendienstleistern Meyle+Müller und Stark Druck veranstaltet wurde. „Hochleistungsmarketing – Neue Wege ins Netzwerk der Kunden“ war das Motto der Veranstaltung.

Meyle+Müller-Geschäftsführer Eugen Müller eröffnete das FORUM mit 300 Teilnehmern und verwies in seiner Begrüßung auf die Entwicklung in der Wirtschaft durch die neuen Online-Möglichkeiten: „Die Basis wird breiter, die Spitze noch spitzer.“

Durch Social Media und die verschiedenen mobilen Ausgabegeräte wie Smartphones und Tablet-PCs werden die Möglichkeiten immer zahlreicher. „Wer ausschließlich auf einen Vertriebskanal setzt, dessen Scheitern ist programmiert“, warnte Stefan Mues von der Geschäftsleitung der Verlagsgruppe Weltbild (Augsburg). Ohne eine Multikanalstrategie laufe überhaupt nichts. Auch Robert Schumacher vom Schweizer SAS Institute empfiehlt: „Weg von Großkampagnen, hin zu vielen kleinen Aktionen.“ Unternehmen müssen, wie Schumacher ausführte, den Kundenprozess auf allen Kanälen beherrschen.

„Schnell, zuverlässig und dicht am Kunden“ – so beschrieb Geschäftsführer René Otto vom Spezialversandhändler Rock’N’Shop (Hamburg) sein effizientes Marketingkonzept. Für ihn ist die schnellste Erledigung der Kundenwünsche der Schlüssel zum Erfolg: „Die Kunden sollen zurückkommen, und nicht die Waren. Und je schneller die Ware rausgeht, desto schneller kommen Kunden zurück.“ Das Unternehmen macht heute schon 11 Prozent seines Umsatzes über Facebook. Als ursprünglich reiner Online-Versender haben die Hamburger nun auch einen Katalog produziert, um das Geschäft auszubauen.

Klassische Katalogversender reduzieren heute eher die Auflagen und Seiten ihrer Kataloge und schichten diese Budgets ins Online-Marketing um. Christian Martin vom Baur-Versand (Burgkunstadt) hält den Katalog „nach wie vor für das erfolgreichste Instrument zur Bedarfsweckung“. Allerdings im Rahmen eines komplexen Multichannel-Marketings, bei dem er die persönliche Ansprache via E-Mail, Newsletter oder Callcenter und auch über Social Media für enorm wichtig hält.

Für Gudrun Aydt vom 3Pagen-Versand (Alsdorf) muss sich die Werbung allerdings anstrengen. „Traurig, trist und träge“, findet sie manche Botschaften, die im Briefkasten landen. Auch einige Online-Offerten müssten pfiffiger und klarer werden. Vor allem Frauen wollten bei der Werbung „überrascht, neugierig gemacht und verführt“ werden.

Nach Meinung von Martin Groß-Albenhausen, Chefredakteur des „Versandhausberater“, der auch als Moderator durch das Programm führte, verändert Social Media den Marketingmix im Versandhandel nachhaltig. „Aber die Gesetzmäßigkeiten werden dadurch nicht revolutioniert“, urteilt er. Social Media werde von vielen in der heutigen Wirkung überschätzt, aber in der langfristigen unterschätzt.

Abgerundet wurde das FORUM vom spannenden Bericht des Extrem-Sportlers und Motivators Andreas Niedrig, dessen Lebensgeschichte und sportliche Ausdauerleistungen die Teilnehmer geradezu fesselte.

www.forum-pforzheim.de
www.meyle-mueller.de
www.stark-gruppe.de

Portrait

Über 200 hochqualifizierte Mitarbeiter, 100 Jahre Erfahrung, modernste Lösungen, Workflows und Systeme für die Multichannel-Medienproduktion – das alles macht Meyle+Müller zu einem der größten, innovativsten und erfolgreichsten Pre Media-Unternehmen in Deutschland.

Von der Konzeption von Werbemitteln für Online und Print über perfekte Produktion und Umsetzung bis hin zum fertigen Medium bietet Meyle+Müller Full-Service aus einer Hand.

In unserem Bereich New Media haben wir das Know-how für Online-Medien und -Vermarktung bei Meyle+Müller gebündelt, um unsere Kunden auch im E-Commerce noch effizienter zum Erfolg zu führen.

News-ID: 519026 • Views: 799 (Stand: 12.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/519026/Modernes-Hochleistungs-Marketing-beim-FORUM-Pforzheim-2011.html>