

Der Kongress tanzt – diesmal in Lugano

Die Expertenvereinigung Club 55 feiert ihren 50-sten Jahreskongress in Lugano

„The European Community of Experts in Marketing and Sales“ – so nennt sich der Club 55 und macht damit seinem Namen alle Ehre. Führende Marketing- und Vertriebsexperten nutzen dieses einzigartige europäische Netzwerk, um Trends in der Personalentwicklung und der Verkaufswelt zu diskutieren und ihr fachliches Know-how up to date zu halten. Zum 50-sten Jahrestreffen kehrt der Club 55 an den Ort seines Gründungskongresses, nach Lugano, zurück. **Von Oliver Pascherer**

50 Jahre Club 55 – das sind auch 50 Jahre Geschichte des Verkaufstrainings, der Verkaufspsychologie, der Kommunikation und der Marketingentwicklung. Genauso wie sich Wirtschaft und Gesellschaft verändern, verändern sich auch Marketing und Verkauf.

„Während man früher versucht hat, die Produkte ‚an den Mann‘ zu bringen und eher zufallsbezogen oder anlassorientiert ver-

kauft wurde, steht heute das Beziehungsmanagement im Fokus“, meint der österreichische Spezialist für Kundenbegeisterung, Wolfgang Ronzal. „Kundenbetreuung, intelligentes CRM und vor allem die Orientierung am Bedarf des Kunden sind in den Mittelpunkt gerückt“, so Ronzal weiter. Strategieberater Helmut Muthers aus Mondsee sieht das ähnlich: „Innovative Unternehmen haben verstanden, dass die

Menschen heute keine Produkte kaufen und daher die Produktorientierung aufgeben. Der Verkauf muss heute vielmehr der Lösung von Problemen, der Befriedigung von Bedürfnissen und der Erfüllung von Wünschen dienen. Es geht um die individuellen Lebensinteressen von Kunden und den spezifischen Bedarf von Zielgruppen. Hier sind Expertenwissen und Alleinstellungsmerkmale gefragt. Nur so lässt sich die Zielgruppe überzeugen.“ Muthers erläutert dies anschaulich an einem Beispiel: „Nehmen wir die Zielgruppe Frauen in der Bankenlandschaft: Den Kontoeröffnungsantrag mit Blümchen zu verzieren, macht aus einem austauschbaren Bankprodukt noch kein frauenspezifisches Angebot. Die Zielgruppe ist bislang völlig vernachlässigt, die Gründung eigener ‚Frauenbanken‘ mutet eher hilflos an. Es braucht Berater und Betreuer, die sich um die Lebensinteressen von Frauen jenseits der Bankprodukte kümmern: Trennung und Scheidung, Finanzen im Todesfall, Konsumschulden,



Von links nach rechts die österreichischen Verkaufsexperten im Club55: Helmut Muthers, Michaela Kern, Heike Reising, Wolfgang Ronzal

Existenzgründung, Ausbildung und Absicherung der Kinder, wenn man alleinerziehend ist. Das ist die Lebenswelt heutiger Frauen und hier kann man sie erreichen.“

Herausforderungen durch veränderte Sichtweisen

Diese veränderte Sichtweise auf Zielgruppen und Kundenbedarf stellt für die Personalentwicklung eine große Herausforderung dar – in diesem Punkt sind sich die österreichischen Mitglieder des Club 55 einig. Sie sehen zunehmend die Bereitschaft, dass Unternehmen jenseits des bilanzwirksamen Geschäfts neue Ertragsformen suchen. Doch für diese Art von Innovationsmanagement braucht man geeignete Führungskräfte und Mitarbeiter, die mitziehen. „Emotionale Hürden müssen überwunden werden, eine permanente Weiterbildung ist unabdingbar“, meint Michaela Kern. Die Wienerin widmet sich der Entwicklung von Führungskräften und vergleicht Manager mit Sprintern: „Jahr für Jahr müssen die Verkaufszahlen in allen Branchen wachsen, Tempo und Druck sind massiv angestiegen. Die Verantwortung der Führungsebene für das gesamte Unternehmen ist massiv hoch und eine enorme Geschwindigkeit ist gefragt. Dieses dauerhafte Tempo kann man nur halten, wenn die persönliche Entwicklung mithalten kann und auch Phasen der Entschleunigung bewusst geplant und umgesetzt werden.“

Schnell, schneller, am schnellsten

„Speed kills Quality“, konstatiert Heike Reising vom Institut für qualitative Marktbeurteilung in Wien. „Marktveränderungen greifen immer schneller, die Kunden sind aufgeklärter, wechselbereiter und dienstleistungsorientierter. Entscheidungskompetenz und Schnelligkeit sind zu wichtigen Skills in Marketing und Vertrieb geworden. Kunden fordern massiven Service, am besten unentgeltlich. Sympathie, Vertrauen, Druckresistenz müssen aufgebaut und konserviert werden, damit Verkäufer von heute sich nicht verschleißen.“ Lösungsverkauf statt Produktverkauf und der Umgang mit der beschleunigten Welt – das sind die großen Themen, die die vier österreichischen Mitglieder des Club 55 sehen. Auch auf dem 50. Kongress in Lugano sind diese Fragestellungen diskutiert worden. „Reduce to the max – Vom Umgang mit der Informationsflut im Marke-

ting und Werbung“ lautet der Titel einer Keynote von Horst Gläser, „Sechs Ebenen des Veränderungsprozesses“ das Referat von Alexander Christiani. Aber neben dem fachlichen Austausch wurde beim 50. Jubiläum auch viel gefeiert und geehrt. Der Club hat seine jährlichen „Awards of Excellence“ an führende Persönlichkeiten aus Vertrieb und Marketing vergeben. Gewürdigt wurden Urs Baumann von Lantal Textiles aus der Schweiz, der Vorstandsvorsitzende der KarstadtQuelle-Versicherungen, Peter M. Endres und Dr. Michael Otto, Aufsichtsratsvorsitzender der OTTO Group.

Netzwerk Club 55

Die „European Community of Experts in Marketing and Sales Club 55“ wurde 1959 in Lugano gegründet und hat ihren juristischen Sitz in Genf in der Schweiz. Der Club 55 versteht sich als eine grenzübergreifende Vereinigung von Sales- und Marketing-Experten und bildet ein internationales Netzwerk für Trainer und Berater. Die meisten Mitglieder stammen aus Deutschland, der Schweiz, Österreich und Frankreich.

Der Nutzwert für die Mitglieder steht im Fokus des Clubs. Die Vereinigung versteht sich als „Club unter Freunden“ und nicht als Fachverband. Er vereinigt besondere Persönlichkeiten mit enormer Fachexpertise auf ihrem jeweiligen Gebiet. Die professionellen Freundschaften sollen für alle Beteiligten einen hohen Mehrwert generieren und so steht der regelmäßige Austausch in Form von Treffen, Kongressen und Fachbeiträgen im Zentrum der Aktivitäten. Verschiedene Arten der Mitgliedschaft, der fünftägige Jahreskongress, ein umfangreiches Mentorenprogramm sowie die jährliche „certified qualification“ und die innovativen, schriftlichen Statements für die Kollegen sichern den hohen Qualitätsanspruch des Club 55. **T**

Stressmanagement:

Kämpfen oder Fliehen?

Lernen Sie auch in
Streßsituationen
rational zu denken!

2- tägiges Seminar mit den
Schwerpunkten:

- Erkennen der Auswirkungen von Streß auf unseren Körper
- Erkennen der Gehirn dominanzprofile
- Verständnis und Verbesserung der Kommunikation

(I-KOM)
Consulting GmbH
www.i-kom.at