

ZT SERVICE

Jetzt schlägt's 13 – Marketing-Kongress 2007 in Frankfurt am Main

Bereits zum 13. Mal veranstaltete die Firma DeguDent vom 19.–20.01.07 ihr Marketing-Seminar. Unter dem Motto „TOP 13 Selbst Bewusstsein“ fanden sich 13 Top-Referenten ein, um den gut 800 Teilnehmern im Frankfurter Maritim Hotel viele Strategien mit auf den Weg zu geben. Es berichtet ZT Matthias Ernst.

Traditionell begann die Veranstaltung mit dem Pre-Kongress.

Die diesjährigen Referate in diesem Vorkongress waren eindeutig zweigeteilt. Nachdem immer mehr Zahnärzte teilweise von ihren Laboren mitgenommen werden, teils selbst auf die Veranstaltung aufmerksam geworden sind, trug das Veranstaltungsteam um Andreas Maier diesem Umstand Rechnung, indem es spezielle Vorträge für Zahnärzte anbot. Natürlich ist die Frage der Positionierung bei beiden Berufsgruppen mehr denn je gefragt. Michaela Arends, gelernte ZMV und weitergebildete Gesundheitsökonomin, die gemeinsam mit Jochen Engeland eine Beratungsfirma für Praxen gegründet hat, stellte dabei die provokative These auf: „Nicht Können ist der Vorwand, nicht Wollen ist der Grund.“ So sollten die Teilnehmer wachgerüttelt werden und auch die anderen Referenten Christa Maurer, Peter Foth, Rüdiger Trusch und Jochen Engeland traten als Mutmacher auf, denn die beste Zeit etwas im Alltag zu verändern, ist gerade jetzt, so Rüdiger Trusch. Eine für Deutschland vollkommen neue Idee stellte Carsten Fischer vor: den mobilen Arbeitsplatz inklusive Cercon-Scan-Einheit. In ländlichen Bereichen oder in Flächenstaaten sei das gerade für junge Kollegen eine Chance.

So vorbereitet ging es dann zum eigentlichen Kongress. Begrüßt wurden die Teilnehmer im eng bestuhnten Kongresssaal von Dr. Alexander Völcker, Geschäftsführer der DeguDent Deutschland. Er brachte es gleich auf den Punkt: Wenn die Teilnehmer erfolgreich und sich ihrer selbst bewusst sind, dann hat auch die Industrie wieder mehr Chancen in Deutschland.

Wie man im Hochpreisland Deutschland Erfolg haben kann, brachte Wolfgang Grupp, Inhaber der Firma Trigema, nach einer kurzen Einführung von Moderatorin Gisa Bergmann auf den Punkt: „Der Standort Deutschland ist besser als sein Ruf.“ Mit seiner Firma habe er gezeigt, wie man in der Haifischbranche Bekleidung mit klaren Vorgaben, einem marktgerechten Sortiment und einer straffen Organisation gut überleben kann. An seinem Standort Burladingen habe es in den 1970er-Jahren noch 26 Textilbetriebe gegeben, heute existiere bloß noch einer, die Firma Trigema. Er habe überlebt, weil er als Unternehmer im wörtlichen Sinne gehandelt habe. Eine schlanke Verwaltung mit nur 32 Mitarbeitern bei insgesamt 1.200 Angestellten spricht eine deutliche Sprache. So seien die Entscheidungswege kurz und man könne schnell

auf Veränderungen am Markt reagieren. „Während andere noch diskutieren, handeln wir schon“, führte Grupp aus. Der nächste Dinner-Redner, Peter Hahne, bekannt als Fernsehmann und Buchautor,

von, dass Deutschland das Land mit den verpassten Chancen sei und dass jeder seine Chancen künftig nutzen solle.

Er gab den Referentenstab gleich an Prof. Dr. Dr. Man-

schaften in Hamburg vor. Sicherlich wäre es schön, wenn alle Menschen in Harmonie leben würden, so Weidner, „aber – wäre das Leben dann nicht langweilig?“ Er forderte dazu auf, auch mal

nicht auf einem Marketing-Kongress.

Aus dieser sphärischen Welt zurück auf den Boden der Tatsachen führte Prof. Dr. Hans Küng, bekannt als kritischer Beobachter der katholischen

sen Zeit geben könne. Für eine Gesellschaft sei das ethische Fundament von größter Bedeutung, sonst sei diese vom Untergang bedroht. Plastisch ausgedrückt, so Prof. Küng, müsse man Europa eine Seele geben. Dabei seien transkulturelle Normen die Lösung.

Zum Abschluss dankte Torsten Schwafert den Referenten, allen Teilnehmern und der Organisation. Er gab den Rat, Veränderungen zu Chancen zu machen und zog ein Resümee: „Nur wer sich verändert, bleibt.“

Diese Veränderung spürt man jährlich beim Marketing-Kongress der Firma DeguDent, und allein deshalb lohnt es sich, im nächsten Jahr wiederzukommen, um diese Veränderungen live zu erleben. Also dann bis Januar 2008, wenn das Team um Andreas Maier wieder ein tolles Paket geschnürt haben wird. ☒



Torsten Schwafert, Leiter Vertrieb und Marketing bei DeguDent



Moderatorin Gisa Bergmann



Dirigent und Manager Christian Gansch

ging auf die gesellschaftlichen Probleme in Deutschland im Speziellen ein und provozierte mit der Aussage: „Zukunft ist Herkunft, wenn wir uns an unsere Herkunft nicht mehr erinnern, haben wir keine Zukunft.“ Er mahnte damit den allgemeinen Werteverfall an, der immer mehr zutage trete, vor allem wenn man sich der Tatsache bewusst werde, „dass die Jugend sich an wahren Auto-

fred Spitzer von der Uni Ulm weiter. Als Leiter der psychiatrischen Klinik und ausgewiesener Spezialist der Hirn- und Wahrnehmungsforschung stellte dieser die These auf: „Wer sein Gehirn kennt, ist sein Meister.“ Welche Wege dazu notwendig sind, legte er anschaulich dar. Das Gehirn sei sehr wohl beeinflussbar und manchmal sei es sogar besser, eine Entscheidung nicht durch langes

Aggressionen herauszulassen, aber nur vor demjenigen, den sie auch betreffe. Eine gesunde Mischung von 80% geliebt werden und von 20% Aggression führe am ehesten zu einem positiven Erscheinungsbild und zu mehr Erfolg im Job.

Ebenso positive Tipps fürs Leben brachte Sabine Asgodom, Trainerin und Coach aus München. In der heutigen Zeit komme es immer mehr darauf an, wie wir uns verkaufen bzw. darstellen und nicht mehr so sehr darauf, was wir wirklich können. Die Außendarstellung nehme einen immer breiteren Raum ein. Der Verkauf laufe heutzutage weniger über das Produkt, sondern viel mehr über Sympathien. Es sei wichtig, seine Fähigkeiten und Leistungen richtig zu kommunizieren, damit der Erfolg auch langfristig anhalte. Nur davon zu träumen, „dass man Chinese sein müsste, um Erfolg zu haben“, helfe im Alltag nicht weiter. Nur wer seine Kunden liebe, könne auch dauerhaft mit ihnen Erfolge feiern.

Aus der Welt der Musik berichtete Stardirigent und Manager Christian Gansch. Es sei für Unternehmen sehr sinnvoll, von klassischen Orchestern Organisation und Durchführung zu lernen. Er selbst habe dies schmerzvoll bei seinem Wechsel in die Vermarktung lernen müssen. Ein Orchester sei zwar ein inhomogenes Gebilde, trotzdem erstrahle es aber in vollkommener Harmonie für den Zuhörer. Als Dirigent habe man die Aufgabe, Freiheiten zuzulassen, aber darauf zu achten, dass niemand dabei auf der Strecke bleibt. Anhand von klanglichen Beispielen verdeutlichte Gansch seine Thesen und die ausgezeichnete Akustik des Saales ließ einen das Gefühl besteigen, man sei in einem Konzertsaal und

Kirche. Sein Thema „Was hält die Gesellschaft zusammen“ sei für ihn in unseren Gegenden eindeutig die christliche Lehre. Auf ihr sei das moderne Abendland gegründet, aber um zu einer Einheit in Europa zu gelangen, bedarf es mehr, als nur christliche Werte zu vermitteln. Auch alle anderen kirchlichen Institutionen seien notwendig, um ein Bündnis für Erziehung zu schaffen, das auch Halt einerer haltlo-

ZT Adresse

DeguDent GmbH
Andreas Maier
Postfach 13 64
63403 Hanau
Tel.: 0 61 81/59-57 03
Fax: 0 61 81/59-59 62
E-Mail:
andreas.maier@degudent.de
www.degudent.de



Über 800 gespannte Teilnehmer nahmen gute Marketing-Tipps mit nach Hause.

ritäten orientieren wolle und Dieter Bohlen bekomme.“ Sein Rezept: Man müsse die Trendwende von unten, sprich beim Volk, beginnen und nicht länger darauf warten, dass „die da oben“ etwas ändern. Deutschland sei Weltmeister im Wehklagen, jetzt müsse endlich wieder gehandelt werden. „Wir müssen uns von der Ich-AG hin zur GmbH, der ‚Gesellschaft mit beschränkter Haftung‘, hinbewegen“, so Hahne zum Schluss seines Referats. Der Samstag brachte dann weitere hochkarätige Referenten. Die Begrüßung übernahm diesmal Torsten Schwafert, Leiter Marketing und Vertrieb bei DeguDent. Er hielt sich nicht mit langen Vorträgen auf, sondern sprach da-

Überlegen zu erschweren, sondern direkt „aus dem Bauch“ zu handeln. So würden viele Prozesse im Hirn erst gar nicht in Bewegung gesetzt. Der „Mandelkern“ unterscheide dabei nur zwischen schwarz und weiß und sei damit viel handlungsfähiger als die 1.015 Synapsen im gesamten Hirn. Allerdings fehle ihm die Kreativität. „Also nicht immer blind darauf verlassen!“, so Prof. Spitzer weiter. Außerdem sei es bei wichtigen Entscheidungen immer besser, eine Nacht über diese Entscheidung zu schlafen, als sie nach z.B. drei Minuten zu fällen.

„Mit Biss zum Erfolg“ – diese Strategie stellte Prof. Dr. phil. Jens Weidner von der Hochschule für angewandte Wis-

ANZEIGE

Steigen Sie auf ...
mit der neuen Generation
der Stumpfgipse

Klasse 4 Dental GmbH
Eisenmarktstr. 21 · 86159 Augsburg
Tel.: 08 21/60 89 14-0 · Fax: 08 21/60 89 14-10
E-Mail: info@klasse4.de · www.klasse4.de

Klasse 4
DIE FREIEN MÄCHER