

Doppelinterview: Entscheideransprache

Wie entscheiden Führungskräfte wirklich? Welche Erwartungen haben sie an den Dialog mit Anbietern? Welche Bedeutung haben Mailings bei der Beschaffung von Informationen? /DIREKT+ hat mit zwei Entscheidern über ihre Dialogansprüche gesprochen.

Thomas Gutberlet ist Vorstand Sortiment & Marketing bei der Handelskette für Lebensmittel tegut in Fulda. Dr. Stefan Kömmerling ist Direktor bei Agamus Consult in Starnberg, die sich auf Supply Chain und Change Management spezialisiert haben.

/DIREKT+ Wie oft wollen Sie wöchentlich oder monatlich bei Fachangeboten per Mailing angesprochen werden?

Stefan Kömmerling: Ich bevorzuge eine Frequenz von drei bis sechs Monaten, da es ja meist um Produkte und Dienstleistungen geht, die man nicht permanent benötigt.

Thomas Gutberlet: Das ist weniger eine Frage der Frequenz als vielmehr eine Frage der Nützlichkeit zum Zeitpunkt des Eintreffens. Hier gilt: Qualität vor Quantität.

/DIREKT+ Was erwarten Sie von einem Mailing in puncto Tonalität und Bildsprache?

Gutberlet: Die Aufmachung sollte künstlerisch sein, nicht bieder, sondern aufweckend. Damit ist nicht grell oder witzig gemeint – gerne aber mutig.

Kömmerling: Natürlich hilft der klassische Eyecatcher, aber entscheidend ist, dass die Kernaussage sehr schnell klar wird und man nicht viel Zeit zum Lesen benötigt. Bei der Tonalität bevorzuge ich – als Naturwissenschaftler – eher sachliche Aussagen, finde aber auch etwas Humor ganz positiv.

/DIREKT+ Wie wichtig ist es, dass das Angebot individuell auf Ihre Bedürfnisse als Entscheider zugeschnitten ist?

Kömmerling: Je eher das Schreiben meinen Bedürfnissen entspricht, desto größer ist auch die Chance, dass es vollständig gelesen wird. Fehler in der persönlichen Ansprache oder auch Hinweise darauf, dass es sich dabei um ein „One size fits all“-Schreiben (ein Schreiben für alle Zielgruppen, Anm. d. Red.) handelt, beschleunigt den Prozess der Ablage P wie Papierkorb.

Gutberlet: Gesucht sind die für die jeweilige Situation, Branche oder – auch hier wieder – für den jeweiligen Moment richtigen Fragestellungen, die mich aufhorchen lassen und deren Beantwortung mir in diesem Moment wichtig erscheint.

/DIREKT+ Sind Mailings nützlich bei Ihrer Informationssuche und Ihren fachlichen Entscheidungen?

Kömmerling: Es gibt häufig Situationen, bei denen Mailings nützlich sind. Beispiel: Ein Kunde hat eine spezielle Anforderung. Oder in einem Projekt ergeben sich spezielle Anforderungen, die wir als Beratungsunternehmen nicht direkt abdecken können. Dann kann es durchaus hilfreich sein, wenn man sich erinnert: Da war doch vor Kurzem etwas ... Daher auch die Frequenz von drei bis sechs Monaten: häufiger ist nervend, seltener reduziert den Erinnerungsfaktor.

/DIREKT+ Beeinflussen Mitarbeiter Ihre fachlichen Entscheidungen über Produkte oder Services, wenn sie diese selbst einsetzen und anwenden?

Gutberlet: Alle Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft beeinflussen das eigene Entscheiden durch Gespräche, durch ihr Verhalten oder durch Anfragen. Das notwendige Wissen ist generell breit in unserem ganzen Unternehmen verteilt.

Kömmerling: Die Mehrzahl meiner Mitarbeiter beeinflusst meine Entscheidungen, da man als Unternehmensberater darauf angewiesen ist, immer so weit als möglich up to date zu sein, und deshalb generell Neuem immer aufgeschlossen ist.

/DIREKT+ Wie nutzen Sie als private Konsumenten Angebote per Dialogmarketing?

Kömmerling: Privat erhalte ich viele Mailings zum Thema Finanzanlagen, wobei allerdings die meisten davon für meinen Geschmack schlecht aufgemacht sind und dementsprechend wenig Beachtung finden.

Gutberlet: Je wichtiger bei einem Angebot Bilder und Beschreibungen sind, je anspruchsvoller die Texte sind, desto lieber suche ich diese Informationen in klassischer Printform.

Zur Person

Thomas Gutberlet ist Vorstand Sortiment & Marketing bei tegut in Fulda. Das traditionelle Lebensmittelhandelsunternehmen mit mehr als 300 Märkten in Hessen, Thüringen, Nord-Bayern und Süd-Niedersachsen setzt auf direkte, langfristige Lieferantenbeziehungen und auf verantwortungsbewussten Umgang mit den Mitarbeitern.

Dr. Stefan Kömmerling ist Direktor bei Agamus Consult in Starnberg. Schwerpunkt der Unternehmensberatung, die in Europa an den Standorten Paris, Bratislava und Barcelona vertreten, ist neben dem Supply Chain Management und dem People and Change Management der Bereich Lean Manufacturing, vor allem im Automobilsegment.

Quelle: www.direktplus.de
Copyright: 2009 Deutsche Post AG

Herausgeber:
Deutsche Post AG
53250 Bonn

Telefon: +49 / (0) 228 / 18 20
E-Mail: info@deutschepost.de

Handelsregister-Nr.: Registergericht Bonn HRB 6792
USt-IdNr.: DE 169838187