

"cash.at" gefunden am 25.10.2019 12:39 Uhr Von: Martin Ross

## MCÖ: Wer kennt den Kunden?

Am 21. Oktober fand in der Schwarzkopf Akademie am Wiener Kärntner Ring der Clubabend „Knowing your Customer?“ des Marketing Club Österreich statt.



Die Teilnehmer der „Knowing your Customer“-Podiumsdiskussion (v.l.): **Fabian Nindl (Institut für Handel und Marketing, WU Wien)**, Andreas Dialer (GF Mars Austria), Silke Übele (CEO, Mediaagentur Wavemaker), Michaela Schellner (Chefredakteurin Cash), Erik Hofstädter (Marketingleiter NÖM AG), Georg Grassl (General Manager Henkel Homecare), Georg Wiedenhofer (Präsident Marketing Club Österreich), Niko Pabst (Geschäftsführer Marketing Club Österreich) © Michael Jeuter.

Wer kennt seine Kunden wirklich, wer kennt ihr Kaufverhalten, ihre Markenpräferenzen? Dieses und anderen Fragen widmete sich am Montag dieser Woche beim Clubabend des Marketing Club Österreich dieses Podium: Andreas Dialer (GF Mars Austria), Georg Grassl (Managing Director Henkel Homecare), Erik Hofstädter (Marketingleiter NÖM AG), **Fabian Nindl (Institut für Handel und Marketing, WU Wien)** sowie Silke Übele (CEO, Mediaagentur Wavemaker). Moderierend durch den Abend führte CASH-Chefredakteurin Michaela Schellner. 120 Menschen stark war das interessierte Auditorium.

Hervorgehoben sein soll die Darstellung von Georg Grassl, der betonte, wie wichtig die Marken für ein Unternehmen sind: Der Erfolg der Henkel-Brands ist nicht einfach so passiert, sondern bedurfte jahrzehntelanger Bemühungen - die Marken aufbauen, hegen und pflegen. Das muss natürlich zielgerichtet geschehen, was in diesem Fall zielgruppengerecht heißt, und weswegen man von einer eventuellen Reduktion der Produktrange nicht zurückschrecken sollte, berichtete Erik Hofstädter für die NÖM: Die richtigen Produkte für die richtigen Konsumenten. Auch Customer Experience war ein Thema des Abends. Fabian Nindl von der WU Wien forderte, die Unternehmen müssten lernen, sich selbst auch als Medienunternehmen zu verstehen und ihre Produkte entsprechend zu inszenieren.

### Digitalisierung und Kooperation

Auch das Thema Digitalisierung kam zur Sprache und die verständliche Sensibilität der Kunden bezüglich ihrer persönlichen Daten. Hier müssten die Unternehmen einen klaren Mehrwert zeigen, sagte Silke Übele, denn dies erhöhe beim Kunden die Bereitschaft, seine Daten überhaupt herzugeben. „Dazu müssen wir unbedingt auf die wahren Bedürfnisse der Kunden eingehen und in erfolgreiche Kommunikation umsetzen.“ In einem waren sich alle Diskutanten einig: Es wäre wünschenswert, wenn in Zukunft die Industrie, der Handel und die Wissenschaft mehr kooperieren und die gewonnenen Daten für den Kunden sinnvoll einsetzen würden.

### Neuer Vorstand

Bei der Generalversammlung am Montagabend hat der Marketing Club Österreich auch einen neuen Vorstand gewählt. Georg Wiedenhofer bleibt weiterhin Präsident, neue Vizepräsidentinnen

sind Sieglinde Martin (FH Wien der WKW) und Alexandra Radl (base – Home for Students). Weitere Mitglieder des Vorstands (in alphabetischer Reihenfolge) sind Chris Budgen (Emakina), Hannes Glavanovits (Spar), Georg Grassl (Henkel), Andreas Ladich (Flughafen Wien), Maximilian Mondel (Momentum), Anita Paic (Sacher), Harald Rametsteiner (FH St. Pölten), Lisa Reisenberger (Palmers), Melanie Rondonell (Swatch) sowie Dieter Welbich (Baldinger & Partner).