

Newsletter Wunderland

Netzwerkinitiative Osterholz e. V. Zur Förderung des Regionalmarketing OHZ

Datum: März

Ausgabe: 1/2008



Sehr geehrte Netzwerker,
liebe Produzenten, Händler, Künstler, Landwirte, Gastronomen, Handwerker,
Hotelliers, Dienstleister, Hobbykünstler, Landfrauen, Touristiker,
verehrte Interessierte und Förderer,

Ostern steht vor der Tür, das erste Quartal des Jahres ist auch schon fast vorbei und die Vereinsgründung ebenfalls bereits etliche Wochen her. Es geht munter weiter, auch 2008 bietet viel Abwechslung und sicherlich Überraschungen. Als Leaderregion haben wir eine große Herausforderung vor uns. Gilt es jetzt die Projektanträge in die Tat umzusetzen. Der Zeitraum ist mit 2007 bis 2013 klar umrissen und zeigt uns, dass hier keine Schnellschüsse, sondern Nachhaltigkeit gefragt sind.

Dies ist aber auch anderen Stellen sehr wichtig, denn als Netzwerk wollen wir auch weiter Impulsgeber und Initiatoren sein. In unseren Arbeitskreisen sind wir konkret an den aktuellen Themen und nutzen in diesen Projektgruppen unsere Kompetenzvielfalt im Interesse unserer Ziele. Hier kann ich nur immer wieder erwähnen, interessierte Mitglieder sind stets eingeladen mitzumachen und sich einzubringen. Gerade in diesen Arbeitskreisen kommen unsere Gemeinschaftskompetenz und der Nutzen für das Netzwerk besonders gut zur Geltung! Kreativität und Flexibilität sind gefragt.

Um aber immer auch eine wirkliche Idee davon zu haben, was die aktuellen Herausforderungen sind oder Sie Fragen haben sollten, so zögern Sie nicht... sprechen Sie uns an! Per Email, Telefon oder auch per Fax.

Jetzt beginnt aber auch wieder, die (hoffentlich) sonnige, die touristische Zeit. Die Zeit, in der wir uns als Region, als exzellente Gastgeber mit viel Gefühl und Kreativität für kundenorientierten Service und überraschende Momente auszeichnen können. Nichts begeistert Kunden, Gäste und Touristen mehr als angenehme Überraschungen, die die Erwartungen übertreffen! Das sind die Momente, die nachhaltig wirken, die für Kundenbindung sorgen! Hier wird emotionalisiert. Sicher ist aber auch, dass hier nicht nur die klassischen touristischen Branchen gefordert sind. Bei weitem nicht. Die Region sind wir! Jeder von uns steht stellvertretend für OHZ. Denken Sie daran, wenn Sie über Ihre Angebote nachdenken, wenn Sie ein fremdes Autokennzeichen sehen, wenn Sie einen anderen Dialekt oder eine andere Sprache hören... das sind die Augenblicke, wo wir uns als Region profilieren können und Menschen für unsere Angebote begeistern.

Machen Sie mit und haben Sie viel Erfolg dabei!

Ihr und Euer,

Frank E. W. Fromme
(Sprecher und Vorsitzender)

Sie möchten Mitglied werden?

Denken Sie daran, bisherige Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Netzwerkinitiative, sind nicht automatisch auch Mitglieder im neuen Verein! Wir möchten Sie aber weiter als Mitglied behalten.

Oder als neues Mitglied gewinnen. Nutzen Sie den einfachen Weg. Laden Sie sich das Mitgliedsaufnahme- Formular von unserer Internetseite runter und schicken oder faxen Sie es ausgefüllt an die Geschäftsstelle.

www.Produkte-Osterholz.de

Netzwerkinitiative Osterholz e. V.
c/o. Fromme Consulting
Am Schafkamp 5
27711 Osterholz-Scharmbeck

Tel. 04791. 98 60 35// Fax 04791. 98 60 36

Umfrage: Bürgermeister genießen hohes Ansehen in der Bevölkerung

Deutschlands Bürger geben ihren Bürgermeistern gute Noten. 78 Prozent der wahlberechtigten Deutschen sind mit ihren Bürgermeistern zufrieden bis sehr zufrieden. Und 96 Prozent der hauptamtlichen Oberbürgermeister und Bürgermeister in Deutschland sind zufrieden mit ihrem Beruf. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage der Bertelsmann Stiftung in Kooperation mit dem Deutschen Städtetag und dem Deutschen Städte- und Gemeindebund unter 1.153 Bürgermeistern und 1.303 wahlberechtigten Deutschen.

Bürgermeister-Umfrage: http://www.bertelsmann-stiftung.de/bst/en/media/xcms_bst_dms_23926_23927_2.pdf

Quelle: <http://www.bertelsmann-stiftung.de/newsletter>

Bei Kundenbindung von Tante Emma und jungen Hunden lernen

Mit Kunden ist es wie mit kleinen Hunden. Erst will jeder ihn haben. Dann will keiner mit Ihnen Gassi gehen. Welches Potenzial man dabei brach liegen lässt, merkt man erst, wenn man systematische Kundenbindung betreibt.

Dabei geht es um viel mehr, als den Kunden bei jedem Verkaufsvorgang zufrieden zu stellen. Es geht um Kunden-Beziehungsmanagement (CRM = Customer Relationship Management). Dieses könnte man als „ernsthafte und weitsichtige Auseinandersetzung mit den Interessen, Bedürfnissen und Erwartungen von Kunden bezeichnen“ (Brandt/Schneider Handbuch der Kundenbindung). Und die Verkaufsförderungs-Aktionen, die man daraus ableiten kann.

Mehr Umsatz pro Kunde

Es gilt, gesammelte Erkenntnisse über Kunden in Zusatzumsatz umzuwandeln. Vom Einzelhandel bis zu Dienstleistungen. Das Detailwissen über meine Kunden muss ich nutzen, um ihm weitere Angebote zu unterbreiten. Per Telefon, per Werbebrief oder persönlich (s. Rubriken unter „Kunden finden“). Wenn ich also z. B. weiß, dass der Kunde bestimmte Textilmarken bevorzugt, schreibe ich ihn an, wenn die neue Kollektion da ist und lasse ihn schon darin stöbern, bevor sie im Laden hängt. Vielleicht auch im Rahmen eines abendlichen Events. Auch in anderen Branchen gilt: Eine genaue Auswertung der Kauf- und Kundendaten gibt immer Aufschluss darüber, wem ich mehr vom gleichen Produkt oder von zusätzlichen Angeboten verkaufen könnte. Man muss es nur machen.

Der gläserne Kunde

Zwingend erforderlich ist dabei eine flexible Kunden-Datenbank, auch CRM-Software genannt (s. „Kunden binden“, Software). Nehmen Sie sich ein Beispiel an Tante Emma. Sie hatte im Kopf gespeichert, was Ihre Kunden wünschten. Sie konnte den frisch eingetroffenen Lieblingskäse anbieten und wusste genau, dass auf das belegte Brötchen ein Salatblatt, aber keine Tomate kam. Sammeln Sie also viele sinnvolle Daten vom Kaufverhalten bis zu den Kundenwünschen. Und werten Sie diese mit einer für Sie maßgeschneiderten Software aus.

Der Kunde kauft und kauft und kauft...

In der Forschung spricht man vom sogenannten Customer Lifetime Value, also dem Wert, den ein Kunde im Laufe seines Lebens für ein Unternehmen hat. Je stärker Sie es schaffen, den Kunden an Ihr Unternehmen zu binden, desto weniger geht er fremd und kauft beim Wettbewerb. Wenn, ja wenn sich der Kunde als König fühlt. Bestens beraten, verstanden und betreut! Der Wert, den

ein Kunde für Sie hat und der Umsatz, den er mit Ihnen macht, steigt mit den richtigen Maßnahmen dramatisch an. Weitere Ideen hierzu finden Sie auch in dieser Rubrik.

Quelle und Internet-Links: www.eu-marketingportal.de

„Monsanto, mit Gift und Genen“

Liebe Landwirte, Verarbeiter und Verbraucher,

am Samstag, 19. April um 9.45 Uhr (TNT) kommt auf arte die Erstaussstrahlung des französischen Dokumentarfilms

Monsanto, mit Gift und Genen

<http://www.arte.tv/de/wissen-entdeckung/Monsanto-mitGiftundGenen/1912682.html>

Mit freundlichen Grüßen

Susan Waldow

Biokreis e.V., Stelzhof 1, 94034 Passau

Erinnerung:

„Der Blick über den Tellerrand“: Regionalmarketing, regionale Produkte in Deutschland und angrenzend

4. Bundestreffen der „Regionalbewegung“

Das 4. Bundestreffen der Regionalbewegung findet vom 18. bis 20. April 2008 in Warburg/Westfalen (NRW) statt. Näheres s. unter www.Regionalbewegung.de

Lifestyle, Luxus aus dem Landkreis Osterholz

In der Newsletter-Ausgabe Dezember 2007 sind auf Internet-Adressen eingegangen, die wir unter den o. g. Begriffen fanden.

Heute fragen wir Sie nach weiteren Angeboten, Adressen, Ansprechpartnern aus dem Landkreis, die wir nennen konnten, weil nicht bekannt. Dies möchten wir umgehend nachholen!

Sprechen Sie uns an oder mailen Sie uns! Info@Netzwerkinitiative-Osterholz.de

Ausschau:

- Netzwerk- Teilnahme an der Publica 2008, 7. + 8. Juni,
 - Netzwerk- Teilnahme am „Tag des Hofes“, 22. Juni 2008,
 - Nächste Ausgabe „Newsletter“ im Juni 2008
-

Neuigkeiten:

Besuchsadresse in Worswede

Kunstzentrum Alte Molkerei,

Büro moorweb.de, Andreas Brandhorst, Osterweder Str. 2127726 Worswede

Arbeitskreise und die Ansprechpartner

1. Zielgruppen orientierte Erreichbarkeiten (Telefon, Internet, Fax etc.); AKSprecherin: [Sandra Polka](#); Tel. 04298. 29 11 8;

2. Marketing und Vertrieb für regionale Produkte und Dienstleistungen (Marke, Handel, Service); AKSprecher: Frank E. W. Fromme; Tel. 04791. 98 60 35;

3. Neue Medien (Internet, Mobil, Blog etc.); AKSprecher: Andreas Brandhorst; Tel. 04792. 95 56 34;

4. Bio-Produkte (Bioland, Demeter etc.); Kontakt: Antonett Briese; Tel. 04208. 82 95 18. Wer hier mitmachen möchte ist stets eingeladen!

Impressum

Sollten Sie kein Interesse mehr am regelmäßigen Bezug des NEWSLETTER haben, bitten wir Sie um eine kurze Benachrichtigung an Info@Netzwerkinitiative-Osterholz.de

Verantwortlicher Herausgeber und Redaktion: Netzwerkinitiative Osterholz e. V.

Am Schafkamp 5, 27711 Osterholz-Scharmbeck, Tel. 04791. 98 60 35, Fax 04791. 98 60 36

Email: Info@Netzwerkinitiative-Osterholz.de /// Internet: www.Produkte-Osterholz.de

Vorstand: Frank E. W. Fromme, 1. Stellv. Antje Manek, 2. Stellv. Dr. Dieter Viefhues
Vereinsregister Walsrode, Nr. 200231