

Gruppenbild mit Miele. Nach der Führung und dem Mittagessen herrschte bei den Teilnehmern gute Stimmung.

# Frühjahrstagung

## im Hotel Klosterpforte bei Gütersloh

Gut 50 Mitglieder des DBSV verbrachten die Frühjahrstagung in der wunderschönen gepflegten Hotelanlage „Klosterpforte“ vor den Toren Güterslohs in Harsewinkel. Höhepunkt der Tagung war die Führung durch das Miele-Museum und die sich anschließende Werksführung.

Das Hotel Klosterpforte liegt auf einem Areal von insgesamt 18 ha und bietet alles, was sich ein verwöhnter Gast wünscht. Vor den Toren eines über 800 Jahre alten Zisterzienserklosters erstreckt sich die Hotelanlage mit Haupthaus, Nebengebäuden und Badesee in idyllischer Landschaft. Die Tagungsräume sind mit moderner Tagungstechnik ausgerüstet.

Nachdem die meisten Teilnehmer bereits am Donnerstagabend angereist waren, ging es am Morgen des 9. März mit dem Bus zum Firmenbesuch bei unserem Mitglied Miele in Gütersloh. Miele verzeichnete im letzten Geschäftsjahr einen Umsatz von zirka vier Mrd. Euro. Das Unternehmen beschäftigt weltweit etwa 20.000 Mitarbeiter, davon 11.000 in Deutschland. Typisch für Miele ist, dass die Mitarbeiter teilweise schon in dritter Genera-



Im Miele Museum kann der Besucher die Entwicklung der Haushaltsgeräte der letzten 120 Jahre verfolgen.

tion beschäftigt sind und die Fluktuation in der Arbeitnehmerschaft außergewöhnlich niedrig ist. In den verschiedenen Standorten werden täglich ungefähr 20.000 Haushalts- und Profigeräte produziert. Seit der Gründung im Jahr 1899 befindet sich das Unternehmen Miele im Eigentum der Familien Miele und Zinkann. Sämtliche der rund 80 Gesellschafter sind direkte Nachfahren eines der beiden Gründer Carl Miele beziehungsweise Reinhard Zinkann. Beide Familien sind auch in der operativen Führung vertreten, und zwar gemeinsam mit drei familienunabhängigen, ressortverantwortlichen Geschäftsführern. Alle fünf Geschäftsführer sind gleichberechtigt.

Die Führung begann im Miele-Museum, wo Geräte und Produkte aus der Firmengeschichte ausgestellt sind. Mit elf Mitarbeitern, vier Drehbänken

und einer Bohrmaschine gründeten der Techniker Carl Miele und der Kaufmann Reinhard Zinkann 1899 in Herzebrock eine Firma zur Herstellung von Milchzentrifugen. Ihr Leitmotiv wurde zur Unternehmensphilosophie: „Immer besser“. Mit diesem Anspruch wurden in den Folgejahren unter anderem manuelle Waschmaschinen, Schleudern, Fahrräder, Motorräder, Einbauküchen, Herde, Staubsauger und sogar Autos gebaut. Der Gang durch das Museum ist zugleich auch ein Gang durch die technische Entwicklung bei der Herstellung von Haushaltsgeräten, zum Beispiel von der manuellen Waschmaschine mit Holzbottich bis hin zum Waschvollautomaten unserer Tage. Vom Museum ging es in die Waschmaschinenproduktion, die in großen Teilen automatisiert ist. Hier werden täg-



*Kai Pohlmann referierte über Social Media, ihre Entwicklung und ihren Einfluss auf die Gesellschaft.*

lich 4.500 Geräte produziert. Die Ware ist vor der Fertigung verkauft und die Produktionslogistik erlaubt sogar die Herstellung von Losgröße eins. Bei allen Produktionsschritten wird größter Wert auf die Qualitätskontrolle gelegt. Am Standort Gütersloh hat auch die Hauptverwaltung und die Entwicklung und Produktion der elektronischen Bauteile ihren Sitz. Nach dem Mittagessen im Gästebereich des Unternehmens führen die Teilnehmer zurück ins Hotel, wo zwei Vorträge auf dem Programm standen.

### Social Media – Fluch oder Segen?

Kai Pohlmann von der Agentur Muuu! Digital GmbH stellte sich nicht nur dieser Frage, sondern erläuterte in seinem Vortrag auch, wie sich die Welt unter dem Einfluss von Social Media und Digitalisierung geändert hat und noch weiter ändern wird. Dabei geht es bei dieser Entwicklung nicht darum, ob man sie gut oder schlecht findet und auch nicht darum, ob man mitmacht oder nicht, sondern es stellt sich für jeden Unternehmer die Frage: Wie gehen meine Kunden damit um und was erwarten sie von mir? Social Media ist der Überbegriff für



*Der DBSV-Präsident Torsten Conradi bedankt sich bei Barbara Harbecke für ihren Vortrag zum Thema Messevorbereitung, -durchführung und -nachbereitung.*

Medien, in denen Internetnutzer Meinungen, Eindrücke, Erfahrungen oder Informationen austauschen und Wissen sammeln. In Deutschland nutzen monatlich etwa 45 Mio. Menschen soziale Netzwerke. Kein Unternehmer kann es sich leisten, dieser Gruppe keine Beachtung zu schenken. Eine der Folgen der Kommunikation ist, dass die Kunden erwarten, dass auf alles sofort eine Reaktion erfolgt. Das gilt auch für Kommunikation und damit auch für Antworten auf Social Media Plattformen. Wer das nicht leistet, enttäuscht seine Kunden. Ein typisches Beispiel ist die Bestellung im Internet, die binnen Sekunden bestätigt wird. Dann erfolgt eine Versandbenachrichtigung und der Weg der Bestellung kann getrackt werden. Dem Lieferservice kann man zudem noch mitteilen, wo bei Abwesenheit die Ware hinterlegt werden kann. Diese Abläufe bilden häufig die Grundlage für den Erwartungshorizont der Kundenschaft auch bei anderen Geschäften.

### Messtraining mit Barbara Harbecke

Angesichts der hohen Kosten, die die Teilnahme an einer Messe verursacht, ist es notwendig, die Vorbereitung, die Durchführung und die Nachbereitung einer Messe professionell durchzuführen. Frau Harbecke begann ihre Ausführungen daher mit einem Zeitstrahl, auf dem die einzelnen Schritte markiert waren. So soll mit den ersten Gedanken zur Messe bereits ein Jahr vor Beginn angefangen werden. Das betrifft insbesondere die strategische Messeplanung, zu der Konzept, Ziele, Besucherzielgruppen, Marktanalyse und Budget gehören. Als Nächstes steht die Entwicklung des Standkonzeptes an, bevor man sich im nächsten Schritt um den Standbau kümmert. Sechs Monate vorher werden die Exponate ausgesucht, es wird mit der Besucherwerbung begonnen und das Standpersonal wird ausgesucht. Ab vier Wochen vor der Messe erhält das Standpersonal dann seine Einweisung. Nach der Durchführung der Messe und dem Abbau erfolgt die Nachbereitung und die Erfolgskontrolle, die vier Wochen später abgeschlossen sein sollte.

Parallel zu diesem Messeprojektplan läuft die unternehmensinterne Vorbereitung, zu der die Personalmotivation, die Analyse der Branchen- und Wettbewerbssituation, die präzise Definition von Absatzzielen und die Vorbereitung der Besucherprotokolle gehören.

Wichtig ist, dass das Standpersonal sich über seine Außenwirkung auf die Besucher im Klaren ist. Negative Beispiele sind: Mit verschränkten Armen auf dem Messestand stehen, Handy/Laptopbenutzung, Gespräche mit Kollegen, statt mit Kunden etc. Über jedes Besuchergespräch soll in Form eines einfachen Formulars ein Besucherbericht angefertigt werden. Unabhängige Daten über Messen findet man auf der Seite [www.fkm.de](http://www.fkm.de).

Der Tag klang bei geselligem Abendessen und bester Stimmung aus.

Am folgenden Tag fand die Mitgliederversammlung statt, auf der die Tagesordnung abgearbeitet wurde. Vom Projektleiter der INTERBOOT, Dirk Kreidenweiß, gab es eine aufschlussreiche und mitreißende Präsentation zum Stand und zu den Zielen der HAMBURG BOAT SHOW, die vom DBSV erstmalig im Oktober 2018 veranstaltet wird. Die Mitgliederversammlung, und damit auch die Tagung, endete um 13:20 Uhr.

## Im Gedenken



**Hermann Bartels starb am 25. Januar 2018 im Alter von 90 Jahren.**

Er wuchs in Bleckede an der Elbe auf und entstammte einer Familie, für die privat und beruflich das

Leben am Fluss bestimmend war, denn die Vorfahren waren auf Flößen, Dampfschiffen, Eisbrechern, Barkassen und Segelbooten auf der Elbe unterwegs.

Beruflich fand der Feinmechanikermeister nach dem Krieg in Süddeutschland eine neue Heimat und nutzte die Wassersportmöglichkeiten auf dem Bodensee. Beim Bau eines Jollenkreuzers im Jahr 1962 waren manche Beschläge und Ausrüstungsteile, speziell Rollfockanlagen, noch nicht am Markt erhältlich. Seine selbstgefertigten Fockroller fanden über die Clubmitglieder hinaus Beachtung und hieraus entwickelte sich ein Nebenerwerb welcher 1972 zur Firmengründung führte.