

## Vertriebssteuerung in Verbundgruppen

**Montabaur, 05. Juli 2011 – Die Durchsetzung von Betriebstypen, Eigenmarken, Lizenz- und Franchise-Systemen oder vertikalen Flächensteuerungssystemen ist für jede Verbundgruppe eine enorme Herausforderung. Im Rahmen der ersten theorie- und praxisbezogenen Seminare der neu gegründeten Akademie der Verbundgruppen (ADV) des Mittelstandsverbundes ZGV wurde dieser Themenkomplex intensiv diskutiert.**

Den Einstieg in die Diskussion um Vertriebssteuerung in Verbundgruppen des Einzelhandels sowie aktuelle Instrumente und Praxiserfahrungen auf Schloss Montabaur machte Dr. Björn Stüwe, geschäftsführender Gesellschafter der Marketing Verbund Gruppe. In seinem unterhaltsamen und kompetenten Aufschlag gab Dr. Stüwe Antwort auf die Frage, mit welchen gesellschaftlichen, soziologischen und ökonomischen Trends sich der Einzelhandel generell bei der Markenbildung und Markendurchsetzung beschäftigen muss. Mit anschaulichen und praxisnahen Beispielen erklärte er den Teilnehmern: Die Zielgruppen zersplittern immer weiter, die bekannten gesellschaftlichen Schichtenmodelle funktionieren nicht mehr, die vertrauten Sinninstitutionen, wie zum Beispiel Kirche, Schule oder Elternhaus, geben keinen Halt mehr. Es herrscht Unsicherheit! Weiter führte er aus, dass somit den Marken eine besonders wichtige Funktion zukommt. In einem dynamischen, komplexen und von Unsicherheit geprägten Marktumfeld bieten sie dem Verbraucher Orientierung, begeistern und erleichtern die Entscheidungsfindung der Kunden.

In Bezug auf die Verbundgruppen bedeutet dies: Den wichtigen und komplexen Markenzusammenhang „nur noch“ mit der Selbständigkeit des Unternehmers vor Ort zu einer stringenten Strategie zusammen zu bringen. Natürlich eine hoch komplexe Herausforderung, der sich die Unternehmer aber zukünftig zwingend stellen müssen, wollen sie auch weiterhin in ihren Märkten erfolgreich sein.

Mit dem „ZielgruppenScout“ stellte Dr. Stüwe den Teilnehmern eine in der Marketing Verbund Gruppe entwickelte Software vor.

Kontakt:

Marketing Verbund Gruppe GmbH

Unternehmenskommunikation

Schneiderstr. 6  
40764 Langenfeld

Tel. +49 (0) 2173-98 48 458  
Fax +49 (0) 2173-98 48 06

[kontakt@marketingverbund.de](mailto:kontakt@marketingverbund.de)  
[www.marketingverbund.de](http://www.marketingverbund.de)

Ein Instrument, mit dem die Gruppen und Einzelunternehmen im Rahmen von Kampagnen sauber und klar definierte Verbrauchertypen, bis auf den postalischen Zustellbezirk herunter, am Standort der Filiale ansteuern und somit lokal differenziertes, effizientes Marketing betreiben können. Darüber hinaus ermöglicht der ZielgruppenScout vielfältige Unterstützung der Unternehmer, wie zum Beispiel bei Standortfragen oder der Kampagnensteuerung.

### **Über den Marketing Verbund**

Der eigentümergeführte Marketing Verbund (MV) ist seit über zehn Jahren am deutschen Markt erfolgreich. Das Unternehmen mit Sitz in Langenfeld (Rheinland) beschäftigt momentan 120 Mitarbeiter und offeriert seinen Kunden integrierte Services in den Bereichen Strategie, Marketing, Markenmanagement und Vertrieb aus einer Hand. Durch eine intelligente Vernetzung von Spezialisten kann der Marketing Verbund Dienstleistungen aus den Bereichen Zielgruppen- und Marktanalyse sowie Datenmanagement, Strategieberatung und Geo-Marketing anbieten. Ebenso setzt der MV sowohl die Kreation als auch die Logistik (Lettershop) von Medien im Rahmen von Dialogmarketing-Kampagnen um. Durch diese breite Aufstellung verfügt der MV über ein vielseitiges Portfolio, aus dem je nach Kundenanforderung individuelle Lösungen für Marketingkampagnen und Vertriebsaktionen erarbeitet und umgesetzt werden.

Kontakt:

Marketing Verbund Gruppe GmbH

Unternehmenskommunikation

Schneiderstr. 6  
40764 Langenfeld

Tel. +49 (0) 2173-98 48 458  
Fax +49 (0) 2173-98 48 06

[kontakt@marketingverbund.de](mailto:kontakt@marketingverbund.de)  
[www.marketingverbund.de](http://www.marketingverbund.de)