

MARK - MAN

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION



Mark-Man® Navigator

Transparente Navigation
für Marketing-Management
und Integrierte Kommunikation

Benchmark Performance.

Mark-Man® Navigator

Transparente Navigation für Marketing-Management und Integrierte Kommunikation

Das System

Wer im **Marketing** agiert, stellt fest, dass Entwicklungen manchmal unversehens anders verlaufen, als geplant. Das gilt für das Day-to-day-Business ebenso, wie für strategische Aktivitäten.

Um den Erfolg von Konzeption und Planung zu forcieren, wird seit 1985 die Themenentwicklung internationaler Fachzeitschriften aus dem Marketingumfeld periodisch gesichtet. Interessant sind dabei Aspekte, die zur jeweiligen Zeit noch nicht Bestandteile der offiziellen Theorie waren, im Nachhinein aber ihre Bedeutung gezeigt haben.

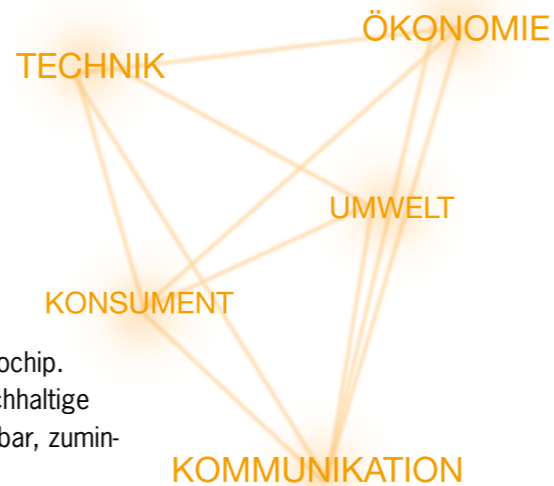
Die Analyse dieser Themen zeigt, dass sie sich auf fünf zentrale **Segmente** konzentrieren:

- Ökonomie
- Technik
- Konsument
- Kommunikation
- Umwelt.

Einige Themen haben die Praxis tiefgreifend verändert - Beispiel Mikrochip. Bei anderen ist nachhaltige Wirkung vorhersehbar, zumindest partiell.

Relevant ist dabei die Mehrschichtigkeit der Segmente. Ein weniger instrumentalisiertes Verständnis der ‚Produktivkraft Kommunikation‘ sowie eine weniger funktionalisierte Sicht von Konsument und Konsumtion helfen, bestehende Unschärfen abzubauen. Gezielte Korrekturen erlauben, die Basis strategischer und operativer Effizienz auszubauen.

Mark-Man konkretisiert dazu die für Sie relevanten Themen und Strukturen. Nutzen Sie die Kombination von Marketing-Management und Integrierter Kommunikation, um übergreifende Entwicklungen verstärkt in Markterfolge zu verwandeln.



Umwelt

Logik des Sozialen

1985 – 1993

Probleme

Ressourcenverknappung
Energie-, Rohstoffsituation
Umweltunfälle
Staatsquote

Politik

Umweltgesetze, ‚Grüner Punkt‘
Umweltschutz
Konsumerismus

Wirtschaftsreaktionen

Rationalisierung
Non-profit Marketing
Abfallwirtschaft

Kritische Reaktionen

Öko-Markt, -Produkte
Recycling
Fahrzeuge / Katalysatoren

1994 – 2000

Probleme

Kommunale Haushaltsdefizite

Politik

Deregulierungen
Umweltschutz
Euroland

Wirtschaftsreaktionen

Logistische Allianzen
Supply-chain Management
Ökobilanzen
Öko ‚Welle‘
Kommunales Marketing
Factory Outlets

Kritische Reaktionen

Umweltbewußtes Kons.-Verhalten

2001 – 2003

Probleme

Terrorismus
Viren

Politik

Recycling
Deregulierung
Umweltrecht

Wirtschaftsreaktionen

Corporate Environmentalism

Kritische Reaktionen

Non-profit Business
Sustainable Growth
Green Strategy

Kommunikation

Inflation der Botschaften



Ökonomie

Globalisierte Marktwirtschaft



Technik

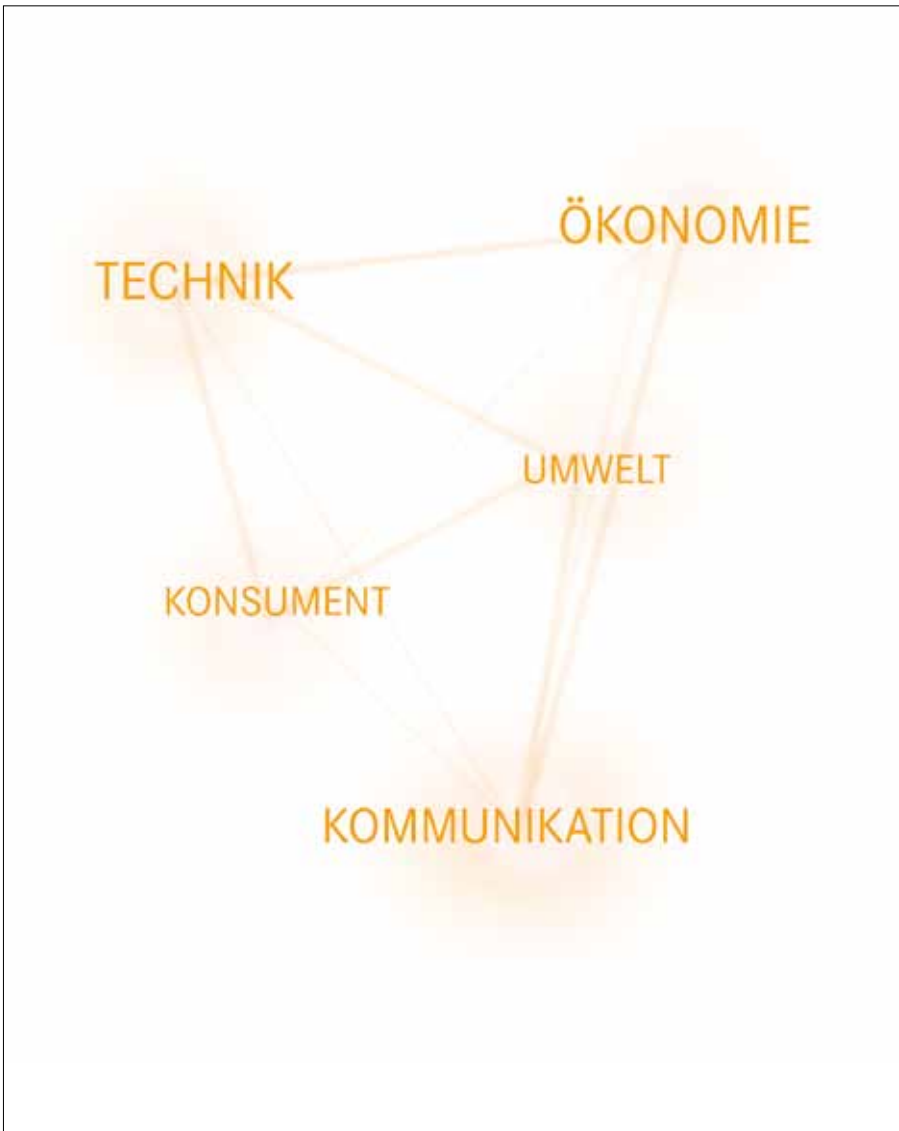
Silicon chip



Konsument

Fetische des Luxus - dekonstruierte Realität





MARK-MAN®

Mark-Man Ulrich Hermanns
 Kaldenkirchener Straße 4
 D - 41063 Mönchengladbach · Germany

Phone +49 (0) 21 61 / 293 20 93
 Fax +49 (0) 21 61 / 293 20 94
 Mobile +49 (0) 1 75 / 504 19 22

info@mark-man.de
 www.mark-man.de

Referenzen 1989 – 2010

Projekte Ulrich Hermanns (Auswahl)

American Axle Germany USA · Bosal Germany Belgium · Calcomp Germany USA · CBC Computar Germany Japan CellSystems Germany · Délifrance Germany France · Denison Hydraulics Germany USA · Dorint Germany · DSM Germany The Netherlands · Epo Germany · Exact Germany The Netherlands Hesterberg / Hestal Germany · Ferro Corporation Germany USA · Fresenius Medical Care Germany · Igema Germany IWO Institut Germany · Magontec Germany PR China USA · Munters Euroform Germany Sweden · Nachi Germany Japan · Norsk Hydro Magnesium Germany Norway · Nederlandse Gasunie The Netherlands · Pintsch Bamag Germany PSI Laser Germany · SKF Linearsysteme Germany Sweden · SMS group / SMS Siemag Germany · Standox Germany · Tréfileurope Germany France · Trützschler Germany · TRW Germany USA · TT Tractotechnik Germany · UBG Germany Wurm Germany