

„Mehr Mut und Maß in stürmischen Zeiten“

Was tun, wenn der Markt tot ist? Augen zu und durch? Dumpingpreise? Urlaub machen? Ihre ganz eigenen Antworten auf diese ganz aktuellen Fragen hat die Klöckner Desma Elastomertechnik GmbH, Fridingen, mit der kürzlich gestarteten „Mut & Maß“-Initiative formuliert.

„Wir wollen damit verstärkt auf unsere Kunden zugehen und mit ihnen gemeinsam – unabhängig von unserem operativen Geschäft – über nützliche Produkte und Dienstleistungen für ein vorausschauendes Chancenmanagement nachdenken“, so Desma-Geschäftsführer Martin Schürmann. Die Zukunft werde in eine völlig veränderte Marktsituation führen und neue komplexe Aufgaben mit sich bringen. Um dies zu bewältigen, brauche man gemeinsam mehr Ersparnis und weniger Aufwand, mehr Partnerschaft und weniger Reibungsverluste, mehr Ergebnis und weniger Aktionismus. Ziel der Initiative sei es, mit Hilfe von vernetzten Lösungen und produktiver Vielfalt neue Potenziale zu erschließen, um besser, schneller und zukunftsfähiger zu werden. Dazu wolle man aktiv auf die Kunden zugehen, schauen was man gemeinsam machen kann, „ohne immer schon gleich mit dem Auftragszettel zu win-



FOTO: DESMA

Die beiden Geschäftsführer Martin Schürmann (l.) und Dr. Bernd Scholz schalteten kürzlich den ersten virtuelle Messestand für die gummi- und siliconverarbeitende Industrie frei

ken“, so Schürmann. „Mehr Mut und Maß in stürmischen Zeiten“ wolle man wagen.

Ein Kernstück der neuen Strategie ist der erste virtuelle Messestand für die gummi- und siliconverarbeitende Industrie, den der Maschinenbauer unter www.mut-und-mass.biz eingerichtet hat. In einer interaktiven räumlichen Darstellung kann der Besucher ab sofort bequem und kostengünstig von seinem Schreibtisch aus innovative Technik erleben und sich ziel-

gerichtet über anwendungstechnische Neuerungen informieren. Zusätzlich können Fragen und Kommentare direkt zum jeweiligen Thema via DirectMail gestellt und von einem ausgewählten technischen Berater zeitnah beantwortet werden.

„Mit unserem virtuellen Messeauftritt rücken wir nah an unsere Kunden heran und zeigen ihnen, dass das Innovationspotenzial unseres Hauses tatsächlich weltweit zur Verfügung steht“, betonte Schürmann zur Messe-

eröffnung im Internet. Mit der zur Plast in Mailand freigeschalteten Präsentation zeigte Desma ein Angebot mit dreidimensionaler Kamerafahrt, Meetingpoints, mehreren körperhaften, originalen Maschinendarstellungen und dreidimensionalen Werkzeugansichten. Zusätzlich bietet die Plattform dem Besucher mit ihrer intuitiven Menüwahl die Möglichkeit, sich schnell und themenzentriert eine maximale Informationsfülle zu verschaffen. Der Messeauftritt soll kontinuierlich aktualisiert und erweitert werden.

„Die ersten Ergebnisse zeigen, dass wir mit diesem Angebot richtig liegen“, freute sich der Desma-Geschäftsführer. Die überwiegende Mehrzahl der Leser des hauseigenen Newsletters hätten sich in die Seite eingeklickt. So seien bereits an den ersten sieben Tagen über 700 Besucher verzeichnet worden. Auch die Rückläufe seien ermutigend, so Schürmann. „Für uns ist es wichtig, mit unseren Kunden beispielsweise zu Themen der Produktionskostensenkung im aktiven Dialog zu bleiben“, beschrieb er das weitere Vorgehen.