

Wirtschaftsforum Suche nach dem besten Weg – Kommunikation online oder offline?

Text und Fotos: Alfred Müller
05.04.2019



Die „Leistungsträger“ einer interessanten Veranstaltung (von links): Thomas Bahne, Ursula Wintgens, Dr. Erik Werdel (Kreisdirektor), Volker Suermann, Oliver Mathée, Silke Ratte, Klaus Lawrenz, Tim Tiede, Max Rheinländer (UIRB) und Patrick Knoblauch.

RHEINISCH-BERGISCHER KREIS -

Die Rheinisch-Bergische Wirtschaftsförderungsgesellschaft (RBW) und die Unternehmerinitiative Rhein-Berg (UIRB) hatten sich gemeinsam auf die Suche zur Beantwortung der Frage: „*Der beste Weg - Kommunikation online oder offline?*“ begeben.



Wie aktuell die Frage ist zeigte sich daran, dass beim RBW-Wirtschaftsforum über 200 Interessierte den größten Raum im Kardinal Schulte Haus bis auf den letzten Platz füllten. Silke Ratte (RBW) führte durch das abwechslungsreiche Programm. Eins lässt sich auch nach zwei Stunden

mit vielen Informationen und lebhaften Diskussionen zweifelsfrei feststellen: „Die Frage ist in der gestellten Form nicht zu beantworten.“

„Auf den richtigen Mix kommt es an“ – so brachte es Oliver Mathée vom Mediterana auf den Punkt. Er bildete mit Ursula Wintgens (REWE Wintgens) und



Thomas Bahne (Isotec Kürten) das Unternehmer-Trio. Es wurde ein kurzer Einblick in die Praxis der einzelnen Unternehmen gewährt. Als Kernpunkt berichtete Ursula Wintgens über ihre Facebook-Community.

Die Unternehmerrunde in lockerer Diskussion (von links): Thomas Bahne, Ursula Wintgens, Silke Ratte und Oliver Mathée.

„Jeden der 2.000 Mitglieder kenne ich persönlich“ – so die für ihre tollen Ideen und Maßnahmen schon vielfach ausgezeichnete Unternehmerin. Mitarbeiter und Kunden werden angesteckt von ihrer „positiven Umtriebigkeit“. Aus den vielen Aktivitäten werden auch jährlich 28-30.000 Euro für gemeinnützige Zwecke abgezweigt.

Bei der Kürtener Isotec wird die gesamte Palette der Kommunikation eingesetzt und nahezu alle Social Media Kanäle bedient. Natürlich, so Thomas Bahne, sei von Bedeutung, ein besonderes Gewicht auf die Relevanz und die Kosten zu legen.



Sehr interessant auch die Gegenüberstellung der „Abhängigen Kommunikation“ (Presse, Glaubwürdigkeit, Umsetzung) mit der „Freien Kommunikation“ (Soziale Medien). Wie bei anderen Unternehmen mehr wird auch bei Isotec

die Unternehmenskommunikation für die Akquise neuer Mitarbeiter eingesetzt.

Oliver Mathée konnte bereits von ersten Erfahrungen der extra für das Mediterana bereitgestellten neuen Mitarbeiter App berichten. Die interne Kommunikation wurde nahezu komplett digital aufgezogen. Das macht vieles leichter und erspart täglich zumindest ein Meeting.

Mit Stolz wurde auf die 72.000 Follower verwiesen und auf den Fakt, dass rund 80 Prozent der Kunden, die das Mediterana erstmals besuchen, zunächst über „direkte menschliche Kontakte“ den Impuls erhielten. Dem folgten danach weitere online Recherchen. Wir sind aber nicht generell festgelegt und können bedarfsweise von analog auf digital gehen und wieder zurück.



Der RBW Geschäftsführer Volker Suermann ging auf die Fülle der Möglichkeiten ein. Die Antwort auf die gestellte Frage sei wohl richtig mit „ein bisschen von allem“. Und ein wenig von dem, was „Alles“ ausmacht,

wurde auch von der Expertenrunde, die sich mit der Weiterentwicklung der Kommunikation bei RBW beschäftigt hatte, angeschnitten.



Klaus Lawrenz (Die Qualitäter-Werbeagentur), Patrick Knoblauch (OEVERMANN Networks) und Tim Tiede (lessingtiede) spannten den Bogen noch etwas weiter mit der Erläuterung von Hintergründen. Das letzte RBW-Wirtschaftsforum

hat zwar etwas länger gedauert als normal, dafür nahmen die Teilnehmer aber auch eine Fülle neuer Eindrücke und Anregungen mit in ihre Unternehmen.

