

Zug, 23. Mai 2001

Hochwertiger Strategie- und Marketingsupport auf Abruf für Mittelständler - neu auch für Deutschland und Österreich

Die auf Strategie- und Marketingberatung von mittelständischen Unternehmen spezialisierte *netmarketing-Gruppe* expandiert nach Deutschland und Österreich. Ein erster Standort wird im Rhein-Main-Gebiet errichtet. Gesucht werden Pilot-Partner in den Bundesländern Baden-Württemberg, Bayern, Hessen sowie im Voralberger Raum

Der Trend zur Dienstleistungsgesellschaft wird immer stärker. Das zunehmende Outsourcing von betrieblichen Funktionen legt davon beredtes Zeugnis ab. In immer stärkerer Masse werden eigene Mitarbeiter durch selbständige Dienstleister ersetzt. Dies gilt zunehmend auch für konzeptionelle Arbeiten und Managementleistungen.

Im zunehmenden Verdrängungswettbewerb ist die konsequent marktgerechte Ausrichtung sowie ein qualitativ hochentwickeltes Marketing für jedes Unternehmen erfolgsentscheidend. Auch mittelständische Unternehmen sind auf Support in Strategiefragen sowie auf ein Hochleistungsmarketing angewiesen. Angesichts beschränkter personeller wie finanzieller Ressourcen stellt sich allerdings die Frage, wie derart hochgesteckte Ziele erreicht werden können. Die Lösung heisst Outsourcing.

Dank Outsourcing können heute vielfältige betriebswirtschaftliche Funktionen und Leistungen in Strategie und Marketing zu moderaten Kosten genutzt werden. Weil externe Spezialisten besser, rascher und kostengünstiger arbeiten können.

Die Vorteile des Outsourcing von Strategie- und Marketingprozessen sind überzeugend:

- Das Know-how von Spezialisten wird dann angefordert, wenn es benötigt wird. Bezahlt werden so nur die Leistungen, die wirklich genutzt werden. Darüber hinaus werden fixe Kosten in variable überführt.
- Dank konsequenter KMU-Methodik werden pragmatische Lösungen möglich, die Zeit- und Kosten einsparen. Trends werden früher erfasst, Innovationen rascher entwickelt und professioneller vermarktet.
- Profunde Kenntnis der Strategie- und Marketingprozesse ermöglicht, aus den Investitionen ins Marketing mehr zu machen.
- Seelenverwandtschaft mit Klienten. Auch *netmarketing* Partner sind selbständige Unternehmer.
- Optimierte Abläufe zwischen dem Outsourcing-Partner und involvierten externen Spezialisten reduzieren die Aufwendungen zusätzlich.
- Aufwendungen wie Rekrutierung, Einführung, Weiterbildung und fachtechnische Führung von Strategie- und Marketingspezialisten werden eingespart.
- Die Nachfragestärke des externen Marketing-Dienstleisters im Beschaffungsmarkt ermöglicht eine kostengünstigere Produktion und Durchführung von Marketingmassnahmen.

Wer seine eigene Marketingabteilung aus externen Dienstleistern rekrutiert, kann spürbare Wettbewerbsvorteile erringen, wie das erfolgreiche Angebot der *netmarketing group ag* aus der Schweiz zeigt. *netmarketing* hat das Konzept in der Schweiz im Rahmen eines Franchisesystems erfolgreich umgesetzt. Bei den Kunden der Partner von *netmarketing* ist der Marketing Manager nicht Angestellter, sondern selbständiger Dienstleister. Er hat Zugriff auf ein Team erfahrener Spezialisten, insbesondere hinsichtlich Strategieentwicklung und -umsetzung, Marktforschung, Werbung, Verkaufsförderung, PR, Design und Druck. Seinen Auftraggebern in den Bereichen Industrie, Handel und Dienstleistungen bietet er neben dem gesamten Instrumentarium des modernen Marketing den Ideenreichtum eines kreativen Teams, professionelle Strategie- und Marketingprozesse und -aktivitäten, geringere und ausschliesslich variable Kosten, höheren Innovationsgrad und flexible Kapazität

nach Bedarf. Mittelständische Unternehmen haben nach diesem Konzept permanenten Zugriff auf ein hochqualifiziertes Team von Spezialisten, die sie sich in einer eigenen Marketingabteilung nicht leisten könnten.

Der externe Marketing Manager bezieht (abgesehen von seiner Marketingausbildung und Praxiserfahrung) seine hohe Kompetenz, Produktivität und Flexibilität aus dem marktweiten *netmarketing Kompetenz-Netzwerk*, das von einer Systemzentrale permanent qualifiziert und koordiniert wird. Die für das Franchising typischen Effekte ermöglichen die marktweite Positionierung der Dienstleistung als Markenartikel mit einheitlichem und hohem Qualitätsstandard.

Nachdem die Grundstrukturen in der Schweiz erprobt sind, kommt *netmarketing* jetzt in den deutschen Markt. Zur Erschliessung des Marktes wird im Juni die *netmarketing* Zentrale Deutschland im Rhein-Main-Gebiet eröffnet. Gleichzeitig wird die deutsche (www.netmarketing-group.de) und die österreichische Homepage (www.netmarketing-group.at) aufgeschaltet. Gesucht werden Pilot-Franchise-Nehmer in den Bundesländern Baden Württemberg, Bayern, Hessen und im Voralberger Raum, die gerne selbst Hand anlegen und von Vorzugskonditionen profitieren wollen.

Nach ersten Gesprächen des geschäftsführenden Mitinhabers der *netmarketing group ag*, Peter Meierhofer mit potentiellen Franchise-Nehmern stösst das System auch in Deutschland auf grosses Interesse.

Über netmarketing

netmarketing wurde 1997 in Zürich gegründet. Die Gruppe ist auf sieben Partnerunternehmen in der Schweiz, Deutschland und Spanien angewachsen. *netmarketing* verhilft Mittelständlern zum nachhaltigen Markterfolg und ist in den Bereichen Strategie- und Marketingberatung tätig. Die Partner von *netmarketing* sind regional verankert. Sie sind als Berater oder Manager im Mandatsverhältnis für ihre mittelständischen Kunden tätig. *netmarketing* differenziert sich von seinen Wettbewerbern durch hohe Qualität, eine pragmatische, auf mittelständische Unternehmen ausgerichtete Methodik sowie durch günstige Tarife.

Weitergehende Informationen entnehmen Sie der *netmarketing*-Homepage (www.netmarketing-group.com) Oder sie wenden sich an die folgenden Stellen:

Für Deutschland:

Peter Meierhofer, lic.oec.HSG
Tel 0034 96 676 11 34
Fax 0034 96 673 01 11
pmeierhofer@netmarketing-group.de
www.netmarketing-group.de

Für Österreich:

Daniel Ulrich, Dipl. Ing. ETH/SIA
Tel 0041 52 209 09 43
Fax 0041 52 209 09 40
dulrich@netmarketing-group.at
www.netmarketing-group.at