

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 99 (1992)

Heft: 12

Rubrik: STF

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Informationsmanagement in Marketing und Vertrieb

Vortragszyklus 1993

STF St. Gallen, Vadianstr. 2, 9000 St. Gallen, Tel. 071 22 43 68

Datum:

Vortragsthema:

Referent:

Montag, 18.45 Uhr

11. Januar 1993

Informationsmanagement in Marketing und Vertrieb (heutiger Stand und Zukunftsperspektiven)
 Prof. Dr. Fischer und Herr Bug führen in das Thema ein und skizzieren den heutigen Stand des Informationsmanagements in Marketing/Vertrieb sowie die Anforderungen der Zukunft an mittelständische Textil- und Bekleidungsunternehmen.
 Die nachfolgenden Vorträge werden darin eingeordnet und die zukünftigen Aufgaben der Software-Lieferanten und der Verantwortlichen in den Unternehmen thesenartig formuliert.

Prof. Dr. Th. Fischer
 Peter Bug

25. Januar 1993

Aussendienstinformationssystem
 Frau Grimm erklärt und zeigt das System der Schiesser AG und berichtet über das Vorgehen bei der Einführung und die bis heute gemachten Erfahrungen.

Gabriela Grimm
 Schiesser AG

15. Februar 1993

Marktdatenanalyse /
 Entscheidungsunterstützung
 SAS ist eines der besten Daten-Analysesysteme, das erfolgreich in Richtung DSS (DSS = Decision Support System) ausgebaut wird. Bei Anwendertreffen mehrten sich die vorgebrachten Praxisanwendungen von SAS für DSS-Zwecke, auch bei Marketing-Anwendungen. SAS kann sein System vorstellen, das die Zuhörer sicher dann beeindruckt, wenn es auch live demonstriert werden kann.

Hans Lerch
 SAS Institut AG
 Winterthur

15. März 1993

Planung und Prognose des Modemarktes mit Hilfe von Zielgruppensystemen zur Marktsegmentierung
 Dr. Hans Leichum wird sein erfolgreiches Zielgruppensystem in der Textil- und Bekleidungsindustrie aufzeigen. Sein Vorgehen dürfte wie folgt aussehen:
 Angebotsüberblick, Zielgruppensystem, unternehmensspezifische Datenanpassung, praktische Demonstration der Arbeit mit seinen Daten.

Dr. Hans Leichum
 HML
 Königstein/Ts

22. März 1993

Mode
 Der Entstehungsprozess der Mode soll an Beispielen aufgezeigt werden. Wie wird Mode gemacht, wie kann man zur Früherkennung beitragen?

Dr. Margarethe Lohr
 Deutsches Modeinstitut
 Frankfurt a. Main