

**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

<p>11. Januar 1993</p>	<p>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.</p>	<p>Prof. Dr. Th. Fischer          Peter Bug</p>
<p>25. Januar 1993</p>	<p>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.</p>	<p>Gabriela Grimm          Schiesser AG</p>
<p>15. Februar 1993</p>	<p>Marktdatenanalyse /          Entscheidungsunterstützung          SAS ist eines der besten Daten-Analysesysteme, das erfolgreich in Richtung DSS (DSS = Decision Support System) ausgebaut wird. Bei Anwendertreffen mehren 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.</p>	<p>Hans Lerch          SAS Institut AG          Winterthur</p>
<p>15. März 1993</p>	<p>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.</p>	<p>Dr. Hans Leichum          HML          Königstein/Ts</p>
<p>22. März 1993</p>	<p>Mode          Der Entstehungsprozess der Mode soll an Beispielen aufgezeigt werden. Wie wird Mode gemacht, wie kann man zur Früherkennung beitragen?</p>	<p>Dr. Margarethe Lohr          Deutsches Modeinstitut          Frankfurt a. Main</p>