

Frauen nehmen Chancen nicht richtig wahr

Der 1985 gegründete Marketingclub Mönchengladbach hat gestern abend erstmals einen mit 1000 Mark dotierten Marketing-Preis vergeben. Preisträgerin ist die Diplom-Betriebswirtin Sabine Zum-Bruch (26). Sie erhielt die Auszeichnung für ihre Diplomarbeit „Weiterentwicklung einer Marktstrategie für mehrplatzfähige Microcomputer und Branchensoftware unter Berücksichtigung des Direct-Marketing (business-to-business), dargestellt am Beispiel eines stark expandierenden Systemhauses“. Über ihren persönlichen und beruflichen Werdegang sprach die RP mit der jetzt in München lebenden Betriebswirtin.

RP: Sie sind die erste Preisträgerin des Mönchengladbacher Marketing-Preises. Waren Sie überrascht, als Sie von der Auszeichnung erfuhren?

Zum-Bruch: Ich habe mich wahn-sinnig darüber gefreut. Allerdings wußte ich, daß ich drei Mitbewerber hatte.

RP: Sie arbeiten in einem Berufsbereich, in dem Frauen nach wie vor unterrepräsentiert sind. Können Sie Ihren persönlichen Werdegang kurz darstellen?

Zum-Bruch: Ich habe das Gymnasium an der Gartenstraße besucht und an der Fachhochschule Niederrhein Betriebswirtschaft studiert. Schwerpunkte meines Studiums waren Datenverarbeitung und Marketing. Nach dem Examen bewarb ich mich bei einer Münchener Computerfirma für ein Trainee-Programm. Seit April arbeite ich dort als Vertriebsbeauftragte.

RP: Wer mit Marketing-Fragen nicht sonderlich vertraut ist, kann sich unter dem Titel Ihrer Diplom-Arbeit nicht allzuviel vorstellen. Können Sie den Inhalt etwas verdeutlichen?

Zum-Bruch: Ich habe eine bestehende Marketingstrategie analysiert und dabei Werbung, Preis und

Produktpolitik untersucht. Anhand des Beispiels eines mittelständischen Unternehmens habe ich aufgrund der Analyse für dieses Unternehmen eine konkrete Marketingstrategie entwickelt. Dabei mußten unter anderem die Unternehmensziele festgesetzt und eine entsprechende Personalpolitik entwickelt werden.

RP: Welche bisherigen beruflichen Erfahrungen haben Sie als Frau im EDV- und Marketing-Bereich gemacht und wie sehen die Chancen in dieser Branche für Frauen aus?

Zum-Bruch: Es ist wichtig, daß man sich schon während des Studiums spezialisiert, das heißt, eine Logik im Werdegang vorweisen kann. Wer später in den Marketing-Bereich möchte, muß erst im Vertrieb gearbeitet haben. Ich selbst arbeite fast ausschließlich mit Männern zusammen. Aber ich habe die Erfahrung gemacht, daß Frauen die gleichen Chancen haben, sie bisher aber kaum wahrnehmen.

RP: Und was werden Sie mit dem mit 1000 Mark dotierten Marketing-Preis machen?

Zum-Bruch: Ich werde das Geld vermutlich für einen Urlaub verwenden. Ich reise nämlich sehr gern. bkg



Sabine Zum-Bruch

RP
20.5
PF