



HEUTE MIT NEUEM  
JAHRESPROGRAMM 2003

## TRENDS IN DIE ZUKUNFT

Was uns in den nächsten zwei Jahren erwartet



Mo 02.12.02  
19.00 Uhr

Nun haben wir uns das ganze Jahr mit Trends befasst. Zum Ausklang des Jahres wollen wir einen Ausblick in die Zukunft wagen, wohin geht der Trend in den nächsten zwei Jahren? Der Berliner Zukunftsforscher Dr. Karlheinz Steimüller wird mit uns einen Blick in die nahe Zukunft tun. Was erwartet uns

in den Bereichen Technik, Bevölkerungs- und sozialer Entwicklung, welche wirtschaftlichen Rahmenbedingungen lassen sich erkennen? Welche Entwicklungen lassen sich heute schon mit einiger Sicherheit prognostizieren, wo müssen wir uns mit Spekulationen zufrieden geben? Wenn auch

hier der Grundsatz gilt: „Prognosen sind unsicher, insbesondere wenn sie die Zukunft betreffen“, so sollte doch am Ende eines wirtschaftlich turbulenten Jahres ein Blick in die Zukunft gewagt werden. Wir wollen ihn jedenfalls mit Dr. Steimüller tun.

## MEHR ALS EIN FLIRT MIT DEM KUNDEN – CORPORATE PUBLISHING DER BMW AG

Exklusivkreis Direktmarketing



Di 10.12.02  
19.00 Uhr

Die BMW AG hat ein breit angelegtes Literaturprogramm zur Interessentenbetreuung und Kundengewinnung. Dr. Stephan Heller zeigt an diesem Abend auf, wie dieses Literaturpro-

gramm für die einzelnen Marken der BMW Group zusammenwirkt, wie die einzelnen Kundenmedien gestaltet werden und wie die regionalen Interessen und Themen der

deutschen BMW Niederlassungen und Händler in einem intelligent verzahnten Prozess die hohe Regionalität der Medien gewährleisten.

## DAS NEUE JAHRESPROGRAMM FÜR 2003 IST FERTIG

gesund  
durch **MARKETING**  
UNTERNEHMEN – GESELLSCHAFT –  
INDIVIDUEN

Viele gute Ideen und aktive Mithilfe der Clubkollegen Frau Paul, Frau Müller, Frau Dr. Niedner, Frau Schiffrer,

Herrn Bartholl, Herrn Clef, Herrn Diederichs, Herrn Dr. Diselkamp, Herrn Dr. Mörike, Prof. Seitz, Herrn Sielhöfer und Herrn Thomsen haben dazu beigetragen, dass wir wieder ein spannendes und abwechslungsreiches Programm 2003 zusammenstellen konnten. Aber lesen Sie selbst in der beigeleg-

ten Broschüre „Jahresprogramm 2003“. Es ist in hoher Auflage gedruckt, sodass Sie es auch an Interessenten im Kreis Ihrer Geschäftskollegen weiter geben können, um sie evtl. für den MCM zu gewinnen. Bitte in der Geschäftsstelle anfordern.

Unseren Lesern wünschen wir ein besinnliches Weihnachtsfest  
und ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2003



## MEDIENTRAINING FÜR MARKETINGVERANTWORTLICHE

Rückblick auf den Workshop am 12.10.2002

„Be your own Chairman – Sie sind der Boss“ – So lautete der Einstieg in den Workshop. 13 MCM-Mitglieder waren zu Gast bei Eckart Wruck, stellvertretender Geschäftsführer der mbw, und Michael Harles, langjähriger Moderator und Showmaster beim Bayerischen Rundfunk. Beide Trainer vermittelten in dem eindrucksvollen und praxisnahen Seminar Methoden und Techniken gegen das bekannte Phänomen, während eines Medienauftritts wie „ein Hase vor der großen Schlange“ zu erstarren. In zwei Gruppen wurden den Teilnehmern zuerst die

Grundlagen in Wahrnehmungs- und Wirkungsforschung sowie der Kommunikationswissenschaft vermittelt. Hier war beispielsweise zu erfahren, dass gemäß Erkenntnissen der Wahrnehmungsforschung der Gesamteindruck bei einem Fernsehinterview von visuellen (53 %) und akustischen (38 %) Signalen dominiert wird, der Inhalt der Nachricht mit 7 % jedoch nur einen geringen Anteil an der Wahrnehmung einnimmt. Nach einer Studioführung durch das Fernsehstudio der bayerischen Wirtschaft wurden die

Grundlagen unter Berücksichtigung von Rhetorik, Körperhaltung und Atemtechnik in gleißendem Scheinwerferlicht in Praxis umgesetzt. Hier profitierten die Teilnehmer besonders von der langjährigen Moderationserfahrung Michael Harles, der die Analyse und Gruppendiskussion mit Anekdoten, Tipps und Tricks anreicherte. Im zweiten Seminarteil führte Herr Eckart Wruck die Teilnehmer in die Künste der Interviewtechnik ein. Nach der Formulierung eines Statements unter Berücksichtigung der gelerten Nachrichtenfaktoren durf-

ten die Teilnehmer im Rahmen von Kurzinterviews am Mikrofon ihr Können unter Beweis stellen. Auch hier wurden nach einer selbstkritischen Analyse in der Gruppendiskussion Verbesserungsvorschläge erarbeitet. Das Seminar vermittelte anschaulich, welche Fehlerquellen und Stolpersteine zu meistern sind und welche Anforderungen an einen professionellen und überzeugenden Medienauftritt gestellt werden.

(Alexander Wunschel)



## WO DIE GEISTER WOHNEN

Rückblick auf den literarischen Spaziergang durch Schwabing am 3. November 2002

Unser literarischer Spaziergang, geführt von Herrn Dr. Dirk Heißeherer, war trotz Regenwetter ein voller Erfolg. Auf den Spuren der Schwabinger Bohème um 1900 hat

er die großen Dichter, Maler und Künstler wieder zum Leben erweckt. Von der ersten Wohnung Thomas Manns bis zum modernen Appartement Magnus Enzenbergers war

der Bogen gespannt, untermalt mit launigen Textpassagen, spannenden Geschichten und interessanten Informationen. Wer an diesem schönen Erlebnis nicht teilnehmen

konnte, dem empfehle ich das Buch von Dirk Heißeherer: „Wo die Geister wohnen“, erschienen im Anderland Verlag München.

(Prof. Dr. Erwin Seitz)



## MÜNCHEN TRENDCITY, PRO UND CONTRA

Rückblick auf die Gemeinschaftsveranstaltung mit der IHK München am 21.10.2003



Ein volles Auditorium von Mitgliedern des MCM und der IHK sowie Gästen verfolgte gespannt die Diskussion über die Frage, ob München nun eine Trendcity ist oder nicht. Resumé: Die Münchner wollen gar keine Trendcity aus ihrer Heimatstadt machen, selbst wenn sie sich in vielen Bereichen „trendy“ bewegt.



Am Podium diskutierte unter der Leitung von Frau Dr. Karin Reinhard ein kompetentes Gremien aus den unterschiedlichsten Bereichen: Frau Prof. Dr. Dr. Lydia Hartl (Kulturreferentin der Stadt München), Benjamin David (Diplomand an der TU München), Prof. Dr. Horst Dörmey (Vorstand der Bio-M AG), Dr. Walter Grassl (General Partner bei Carmel Ventures), Klaus Peinelt (Umfragen-Institut Klaus Peinelt GmbH) und Dr. Reinhard Wiczorek (Referent für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München).



Präsident Hans-Joachim Trayer bedankt sich bei den Teilnehmern des Podiums



In der Diskussion wurden die Teilnehmer am Podium zum Teil heftig in's „Kreuzverhör“ genommen.



Bei Wein und Häppchen wurde im Anschluss an die Podiumsdiskussion noch intensiv und lange in den neuen Räumlichkeiten der IHK diskutiert und ge-„smalltalked“ (siehe auch Hintergrundfoto!).

## RÜCKBLICK AUF DEN EMPFANG ZUR VERABSCHIEDUNG VON am 07.11.2002 auf der Praterinsel



Professor Dr. Dr. h.c. Klaus E. Goehrmann, Präsident des Deutschen Marketing-Verbandes würdigt in einer launigen Rede die Leistungen von Hans-Joachim Trayser und Georg Battran .



Georg Battran lässt noch einmal die Zeit seiner Tätigkeit als Geschäftsführer des MCM Revue passieren.



Die Riege der Präsidenten des Marketing-Club München („alt“ und „neu“) (v.l. nach r.): Ehrenpräsident Peter Richter, Ursula Mertig, Hans-Joachim Trayser, Ulrich Clef.



Prof. Goehrmann mit Gattin und viele Mitglieder und Ehrengäste verfolgen die Reden zur Verabschiedung von Georg Battran und Hans-Joachim Trayser.



Von l. n. r.: Frau Reiners, Prof. Dr. Erwin Seitz, MCM Schatzm. Wilfried Reiners und Dr. Dieter Felgentreu



Georg Battran bedankt sich mit einem Blumenstrauß bei unserer Clubsekretärin Angelika Denger für die gute Zusammenarbeit.



Wilfried Reiners überreicht Georg Battran den Dank des MCM in Form eines Gutscheines für ein Golfwochenende für ihn und seine Frau.



Hans-Joachim von Schön-An-MC Frankfurt.

## GEORG BATTRAN UND HANS-JOACHIM TRAYSER



Vizepräsident Reinhard Niggemann übergibt Herrn Trayser einen Gutschein für ein Formel 1 Wochenende als Dank des MCM für sechs Jahre Präsidentschaft.



Präsident Hans Joachim Trayser bei seiner Abschiedsrede



Volles Haus beim Empfang des MCM



Ulrich Clef überbringt die Grüße vom



Familie Battran: Helga Battran, Georg Battran und Sohn Harald .



Der neue Präsident des MCM Ulrich Clef, Ehepaar Goehrmann und viele andere Zuhörer.



## UNTERNEHMEN BEKOMMEN AUCH NACH BASEL II NOCH BANKKREDITE

Rückblick auf den Exklusivkreis Finanzdienstleistungen am 14. 11. 2002

Die allerletzte Veranstaltung des Exklusivkreises Finanzdienstleistungen war gut besucht: waren so viele Trauergäste zum Leichengang gekommen oder hat ganz einfach das Thema gezogen? In den einleitenden Kurzstatements der Teilnehmer kam deutlich zum Ausdruck, dass der Wunsch nach mehr Information zu Basel II sehr groß ist, dass die Vorbereitungen der Unternehmer auf Basel II noch nicht richtig angelaufen sind und, dass Basel II nicht nur eine Gefahr für Unternehmen bedeutet, sondern durchaus auch Chancen bietet. Der Referent des Abends, Herr Karl Kürzinger, Geschäftsführer der IHK in München und dort zuständig für Volkswirtschaft, Industrie, Handel und Dienstleistungen, hat sich seit 1999 intensiv mit Basel II beschäftigt und gilt seither auf diesem Gebiet als ausgewiesener Fachmann. In seinem Kurzvortrag, der rasch durch Fragen aus dem Auditorium

angereichert wurde, hat Herr Kürzinger in lockerer Art die Entstehungsgeschichte, die Absichten, die Regelungen und die Auswirkungen des „Konsultationspapier des Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht aus dem Jahr 1999“ erläutert. Die Empfehlungen in diesem Konsultationspapier, dessen Endfassung im Frühjahr 2003 nach noch zusätzlich erfolgenden Anhörungen im Expertenkreis erarbeitet und verabschiedet wird, sollen sehr rasch in EU-Recht und in nationale Regelungen umgesetzt werden. Denn Ende 2006 werden die daraus abgeleiteten neuen Eigenkapitalrichtlinien für Banken verbindlich sein. Und nach dem Übergangsjahr 2007 müssen die laut Konsultationspapier ebenfalls verbindlich im Banken-Kreditgeschäft anzuwendenden Rating-Verfahren vom Bundesaufsichtsam für Finanzdienstleistungen geprüft und genehmigt sein.

Was hat nun aber Rating mit Eigenkapitalrichtlinien der Banken zu tun? Die Bonität jedes Firmenkunden beschreibt indirekt dessen Risiko und deswegen soll seine Bonität künftig Einfluss darauf haben, in welcher Höhe die Bank für Kredit an diesen Firmenkunden Eigenkapital gebunden halten muss. Die Bonität der Firmenkunden wird dann nicht mehr nur durch Analyse der vergangenheitsbezogenen Bilanzwerte beurteilt. Vielmehr wird ein Rating-Verfahren eingeführt, wie es weltweit bei den am Kapitalmarkt operierenden Unternehmen schon freiwillig angewandt wird und welches in starkem Maße auch zukunftsrelevante Soft-Facts in die Bewertung einbezieht. Da Eigenkapital teuer ist, wird die höhere Eigenkapitalbindung der Bank bei Kreditvergabe an Firmen mit weniger guter Bonität den allseits befürchteten Zinsverteuerungseffekt haben.

### Als Resumé sind folgende Aussagen festzuhalten:

1. Die Banken sollen zur Kreditausreichung auch künftig nicht gezwungen werden, ihr Eigenkapital erhöhen zu müssen
2. Die Banken hätten wegen der gestiegenen Risiken im Firmenkreditgeschäft und wegen der höheren Kosten die Kredite auch ohne Basel II verteuert.
3. Die aktuell schon zu beobachtende höhere Abweisungsquote bei Kreditanträgen ist nicht auf Basel II alleine zurückzuführen, sondern hat konjunkturelle, ertragsmäßige und aufsichtsrechtliche Gründe, denn die Banken werden in Bälde auch mit neuen „Mindestanforderungen an das Kreditgeschäft“ konfrontiert.

(Dr. Martin Mörike)

### Wir begrüßen folgende neue Mitglieder im MCM



**Sabine Breiler**  
Fr. Breiler (34) hat sich nach Ihrem BWL Studium

(Schwerpunkt Touristik) 4 Jahre lang bei der CHC GmbH mit Hotel und Tourismusprojekten im In- und Ausland beschäftigt. Seit 1998 ist sie bei ALMUC

Dialogmarketing als Etatdirektorin tätig. Ihre Hauptaufgabe ist die Konzeption, Umsetzung und Betreuung von dialogorientierten Onlineplattformen. Ihre Beweggründe für die Mitgliedschaft im MCM: Erweiterung des eigenen Horizontes, Erfahrungsaustausch mit Marketingverantwortlichen anderer Branchen, neue Impulse für die eigene berufliche Weiterentwicklung.



**Walther Bruckschen**  
Hr. Bruckschen (40) ist Geschäftsführer des

medienmenschen Verlags und Herausgeber des „PM-Trend-Letters für Profis im Marketing“. Nach erfolgreichem BWL-Studium in München war er mehr als 10 Jahre in der

Fachinformation tätig, zuletzt sieben Jahre als Chefredakteur zweier Fachzeitschriften im Heinrich-Vogel-Verlag (BertelsmannSpringer). Im Jahre 2000 machte er sich zunächst als freier Journalist und PR-Berater selbständig, bevor er Mitte 2001 den medienmenschen Verlag gründete. Gründe für die Mitgliedschaft: der Gedanken- und Informationsaustausch mit Profis im Marketing



**Bernhard W. Ganser**  
Hr. Ganser (29) zeichnete bis Juni 2002 für das Marketing

der Kirch-Tochter BetaDigital verantwortlich. Sein amerikanisches Naturell zog ihn in der Vergangenheit immer wieder zu großen internationalen Brands, so zum Beispiel Coca-Cola und McDonald's. Für letztere Com-

pany war er im Bereich Corp. Communications für die Implementierung eines CRM-Prozesses und den interdisziplinären Marketing-Support zuständig. Und warum Mitglied beim MCM: „Ich habe seit jeher von der Erfahrung älterer Kollegen gelernt und vom Weitblick meiner Vorgesetzten profitiert. Gerade im Marketing ist die Fähigkeit Altes mit Neuem zu verbinden unabdingbar und der stetige kommunikative Austausch daher unumgänglich.“



**Martin Karstein**  
Hr. Karstein (36) ist Geschäftsführender Gesell-

schafter der Fa. Karstein Display-Druck-Design GmbH. Nach Ausbildung zum Offset-

drucker / Bogen-, und Rollenoffset, sowie Drucktechnik begann er 1989 seine Karriere in der, vom Vater gegründeten Produktionsagentur. „Ich freue mich auf die vielseitigen und interessanten Anregungen, die vom Marketing-Club ausgehen und auf einen professionellen Austausch über innovatives Marketing.“



**Stephan Kesenheimer**  
Hr. Kesenheimer (35) ist von der Ausbildung her ein rei-

ner Marketing- und Vertriebsmann. Stationen waren Marketing/Vertriebs-Führungsaufgaben im BRAAS-Konzern, in der Metallgesellschaft und einer Siemens Tochter. Zuletzt leitete er verantwortlich den gesamten Bereich Marketing der

Haniel-Sparte „Haniel Enviro-services“. Seit 2002 baute er sein eigenes Marketingbüro auf. marketing 4u – Partner für externes Marketing unterstützt als externer Marketingdienstleister Unternehmen ohne eigene (oder ausreichende eigene) Marketingressourcen bei der professionellen Vermarktung/dem Vertrieb ihrer Dienstleistungen und Produkte. Branchenschwerpunkte sind technische Dienstleistungen und Bauzulieferindustrie.

**Torsten Muth**  
Herr Muth (34) ist Lead-Manager für den Bereich Image bei der Microsoft GmbH in München/Unterschleißheim. Wichtige Stationen im Beruf davor: Marketing-Projektmanager MediaMarkt GmbH, Etatdirektor For Sale Werbeagentur, Leiter Marketing Communications Microsoft GmbH. Seine Gründe für die Mitgliedschaft im Marketing Club München: „Der Club bietet die Möglichkeit zum

fachspezifischen Austausch von Erfahrungen nicht nur mit Unternehmen aus dem IT Sektor sondern auch aus anderen Bereichen. Die Learnings, die es daraus zu ziehen gilt, lassen sich mit Sicherheit auch im eigenen Bereich sehr gut nutzen und umsetzen. Ggf. ergeben sich darüber hinaus auch Möglichkeiten konkrete Joint-Marketing Aktivitäten durchzuführen.“



**Caroline Niederhaus**

Frau Niederhaus (40) ist Diplom-Kauffrau, Ostasien-spezialistin und Gruppenleiterin „Kommunikation“ bei Siemens ICN. 14 Jahre Berufserfahrung im In- und Ausland in der Auto-

mobilitätsindustrie und der Telekommunikation. Gründe für die Mitgliedschaft im Marketing-Club München: „Ich möchte mich über meinen eigenen Tätigkeitsbereich hinaus informieren über Trends und Aktionen im Marketing und ich wünsche mir zusätzliche Kontakte zu Menschen in München in meinem Berufsfeld.“



**Simone Philipp**

Frau Simone Philipp (32) arbeitet als Marketingreferentin bei der

Münchener Verein Versicherungsgruppe. Zuvor war Frau Philipp nach erfolgreichem Abschluss Ihres Volkswirtschafts-Studiums im Veranstaltungsmanagement einer PR-Agentur und anschließend im Marketing einer HypoVereinsbank Tochtergesellschaft tätig.

„Die Gründe meiner Mitgliedschaft im Marketing Club München sind zahlreich: Ich freue mich auf den Gedanken- und Informationsaustausch mit Gleichgesinnten. Die Auffrischung und Erweiterung meines Marketing-Wissens ist dabei ein positiver Nebeneffekt. Der MCM ist darüber hinaus eine ideale Inspirationsquelle und bietet viele Möglichkeiten 'über den eigenen Tellerrand' hinauszublicken, neue Impulse aufzunehmen und von praktischen Erfahrungen Anderer zu lernen.“

tingformen. Zuvor war sie als Bereichsleiterin Vertrieb & Marketing bei der Köln-Düsseldorfer Deutsche Rheinschiffahrt AG tätig, nachdem sie bei der größten nordeuropäischen Fährreederei Stena Line AB den Bereich Direct Marketing aufgebaut und geleitet hat und anschließend dort als Director Sales für den Vertrieb verantwortlich war. Gründe für die Mitgliedschaft: Interesse am branchenübergreifenden Ideen- und Erfahrungsaustausch sowie Freude an fachlicher und menschlicher Bereicherung durch den Marketing Club mit seinen Mitgliedern.



**Petra Pollini**

Frau Pollini, Vorstand Marketing & Vertrieb bei der Bayerischen

Zugspitzbahn Bergbahn AG, hat sich zum Ziel gesetzt das technikorientierte Bergbahn-Unternehmen zu einem kundenorientierten Service-Anbieter zu entwickeln. Sie ist verantwortlich für die strategische Neuausrichtung des Unternehmens, Erschließung neuer Vertriebskanäle und Implementierung neuer Marke-



**Bernd Scharrer**

Hr. Scharrer (39) ist Gebietsleiter der Abt. Leasing Sales

Force der COMBERA GmbH Agentur für Werbung und Verkaufsförderung GWA in München und Sprecher der Leasing Sales Force national. Der COMBERA Unternehmensbereich Rent a Sales Force übernimmt für die deutsche und internationale Markenartikelindustrie in Outsourcingmodellen Vertriebsaufgaben als Personaldienstleister. Hr. Scharrer hat nach einer technischen und betriebswirtschaftlichen Ausbildung während seiner ersten sechs Berufsjahre den Vertrieb hoch erklärungsbedürftige Produkte des digitalen Drucks aufgebaut. Hr. Scharrer ist seit 1999 bei COMBERA in o.e. Verantwortung.

### Aleksander Strasek

Hr. Strasek (26) ist Student an der European Business Academy München (7. Semester).



**Markus Werner**

Hr. Werner (39) ist geschäftsführender Gesellschafter

der Münchner Unternehmensberatung BRAIN. Das 1997 gegründete Unternehmen berät unabhängig namhafte Werbetreibende (u.a. Siemens, Lotto), Medien (u.a. Microsoft, MSN, diverse Verlagshäuser) und



**Dr. Swantje Quoos**

Frau Dr. Quoos (31) ist Trainee- und Beraterin für Mar-

kenführung. In Seminaren vermittelt sie, was starke Marken kennzeichnet. Außerdem berät sie Unternehmen beim Aufbau von dauerhaft erfolgreichen Marken. Erfahrung in der strategischen und operativen Markenführung hat sie bei Premiere und BBDO Düsseldorf gesammelt. Gründe für die Mitgliedschaft: Gespräche mit anderen Fachleuten über das faszinierende Thema Marken, Spaß am Gedankenaustausch mit spannenden Menschen.



Agenturen in den Bereichen strategisches Marketing, Kommunikation und Media. Vor der Gründung einer eigenen Unternehmensberatung sammelte Werner bei Kraft Jacobs Suchard (Bremen) und Danone (München) umfangreiche Erfahrungen im Produkt Management. Der Wunsch sich fachlich auszutauschen und das Netzwerk zu pflegen, begründeten seine Mitgliedschaft. Werner ist regelmäßiger Kolumnist des Manager Magazins.



# 700. MITGLIED

Pünktlich zum Deutschen Marketing-Tag war es soweit. Der Marketing-Club München konnte sein 700stes Mitglied begrüßen: Tanja Biller. Die 31jährige passt perfekt in das Gesamtbild der neuen Mitglieder, die unser Club in diesem Jahr gewonnen hat: Sie ist JIM (= Junior im Marketing-Club) und arbeitet in einem Medienunternehmen. Im Scout24-Netzwerk mit insgesamt acht erfolgreichen Online-Marktplätzen zu den wichtigsten Lebens- und Konsumbereichen verantwortet Tanja Biller bei FriendScout24 die Kommunikation. FriendScout24 ist Deutschlands größte Partnerbörse im Internet.



Unser neuer Präsident Ulrich Clef begrüßt das 700ste Mitglied mit einem Blumenstrauß

Über eine Million registrierte Mitglieder finden hier ihren Traumpartner - für Leben, Freizeit, Sport und Reisen. Erstmals gehört hat die Diplom-Betriebs-

wirtin vom Marketing-Club München bei einem Waldfest am Tegernsee. Und nach dem Studium des Jahresprogramms des MCM und dem Besuch der

ersten Veranstaltung folgte der Aufnahmeantrag umgehend. „Ich möchte im Marketing-Club München Erfahrungen austauschen, neue Erkenntnisse gewinnen und Kontakt knüpfen,“ erklärt die Münchnerin. „Auch wenn ich erst vor gut vier Jahren mein Examen in Regensburg gemacht habe, ist für mich auch das Thema Fortbildung durch die Workshops und Seminare von Bedeutung.“ Als echtes Testimonial für Ihr Produkt kann Tanja Biller aber nicht stehen: Ihren Lebenspartner lernte sie, trotz kostenloser Mitgliedschaft bei FriendScout24, nicht über die Partnerbörse kennen...

**ALLE NEUEN MITGLIEDER ERHALTEN DIE MÖGLICHKEIT SICH IM CLUBREPORT VORZUSTELLEN. ALLE DIEJENIGEN, DIE DIESE CHANCE NICHT WAHRNEHMEN, WOLLEN WIR UNSEREN CLUBFREUNDEN WENIGSTENS NAMENTLICH KURZ BEKANNT MACHEN.**

**Dr. Thorsten Ambs**

Geschäftsführer  
Mind Store Marketing

**Dipl.-Kffr. Alexandra Bauer**

Geschäftsführerin, abc  
personal & marketing GmbH

**Dipl.-Kfm. (FH)**

**Martin Baumann**  
Agenturleiter  
Allianz Versicherungsbüro

**Wolfgang Birke**

Geschäftsführer,  
Birke & Partner Partnergesellschaft

**Roberto Blickhan**

Vorstandsvorsitzender  
Apollis interactive AG

**Dr. Inge Bliestle**

Direktor Marketing  
Medigene AG

**Andreas Christl**

Geschäftsführer  
BREAKWATER Consulting and  
Capital GmbH

**Kai Dette**

Projectmanagement  
Design Company

**Ralph Driever**

Head of Marketing and  
Corporate Communications  
Roland Berger  
Strategy Consultants

**Dipl.-Kffr. Claudia Duschek**

Teamleiterin  
Design Company

**Dipl.-Kfm. Andreas Ernst**

Kundenberatung  
Norman Rosenke  
Werbeagentur GmbH

**Dipl.-Kfm. Harald Fink**

Leiter Vertriebsservice  
Deutsche Post AG  
Geschäftsbereich Vertrieb  
Geschäftskunden Süd

**Ursula Gärtner**

Marketing  
KPMG Consulting AG

**Michael Gebert**

Senior Partner  
marketing society



**Thomas Grund**  
Inhaber, FOKUSb-to-bMarketing



**Dipl.-Kfm. Jochen Heckel**  
Marketingmanager  
Com Training and Services  
GmbH



**Hans-Peter Grüneberg**  
Geschäftsführer, Akademie  
Schloss Hohenkammer GmbH

## NEUE MITGLIEDER

### **Dipl.-Kfm. Wolfgang Heedt**

Geschäftsführer  
Flad & Flad Communication  
GmbH



**Markus Jozipovic**

### **Gernot Henrich**

Creative Head -  
Geschäftsleitung  
Klein Reinartz Marketing Com-  
munications GmbH



**Matthias Holzamer**

### **Andreas Hudema**

Geschäftsführer  
bluelane, Wächter & Wächter  
Interactive GmbH



**Dipl.-Kfm. Alexander Kaiser**  
Selbständig Allianz

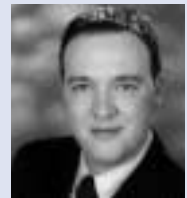


### **Martin Hippel**

Area Sales Manager  
Elpida Memory (Europe) GmbH



**Joachim D. Kalok**  
Regionaler Brandmanager  
Alfa Romeo Brandmanagement



### **Klaus Hengstmann-Bayerlein**

Marketing & IT-Consulting  
für Banken  
Hengstmann Consulting



**Andrea Kessler**  
Projektleiterin Event-Marketing  
K.I.M. Verkaufsförderungsge-  
sellschaft mbH



### **Stefanie Hoßfeld**

Projektleiterin  
Elastogran GmbH



**Alexander Lang**  
Strategie, Webasto AG



**Nina Verena Hirsch**



### **Peter Leible**

Leiter Marketing/Sponsoring  
TSV München von 1860 e. V.  
GmbH & Co. KG



**Dipl.-Kfm. Achim Leukel**  
Referent Aussenbeziehungen  
EADS Deutschland GmbH



**Ingo Lippert**  
Geschäftsführer  
Mindmatics AG



**Michael Lohr**  
Geschäftsf. Gesellschafter  
Artists & Acts Media and  
Entertainment GmbH



**Christian Lütgenau**  
Verlagsleitung, Verlag Norbert  
Müller AG & Co. KG

### **Dr. Andreas Lutz**

Senior Business Development  
Manager  
Cyberlab GmbH



**Christian Jürgen**  
Junior Produktmanager  
Sicherheitsfahrzeuge  
BMW AG

### **Jürgen Müller**

Leitung Direktvertrieb  
Premiere Fernsehen GmbH &  
Co. KG



### **Harald Neßwitz**

Marketingmanager  
HTM - Deutschland GmbH



### **Christian Olbrich**

Leitung Marketing & Vertrieb  
Durst Phototechnik AG



### **Anthony S. Park**

Vorstand, Apollis interactive AG

**Guido Redlich**  
Geschäftsführer/Inhaber  
a.f.i.m. gmbh



**Christian K. Reise**  
Geschäftsführer, BREAKWATER  
Consulting and Capital GmbH



**Birgit Sandföhr**  
Leitung Augenoptiker-  
qualifizierung  
Optische Werke G. Rodenstock



**Elisa Santoni**  
Marketing Manager  
Infineon AG CPC BDV SIG



**Monika Scherer**  
Geschäftsführerin  
Scherer United GmbH



**Karin Marina Schertler**  
Geschäftsführerin  
Die Argonauten

**Silke Friederichs-Schmidt**



**Kurt Sibold**



**Franz Sistemich**  
Vorstand  
Ray Sono AG

**Thomas Stahl**  
Geschäftsführer  
Icos Akademie Rosenheim



**Dipl.-Kfm. Ronald Stein**  
Senior Produktmanager  
Hipp GmbH & Co. Vertrieb KG



**Dipl.-Kffr. Carolin Steinhauser**  
Office Management  
Meissner Bolte & Partner



**Ulrike Thomas**

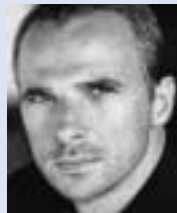


**Barbara Tielert**  
Bereichsleitung Marketing  
VSA GmbH

**Dipl.-Kfm. Christian Timmer**  
Geschäftsführer  
Christian Timmer Consulting  
Concept Company GmbH



**Nadine Turba**  
Marketingkommunikation  
MTU Aero Engines GmbH



**Mathias Valentin**  
Vorstandsvorsitzender PACT AG



**Klaus-Peter Voigt**  
Geschäftsführer  
Media Saturn Holding GmbH



**Florian Weltner**



**Lutz Wehner**  
Sales Marketing Management  
eSolve AG

**Annette Weichbrodt**  
Director Strategic Alliances &  
Marketing  
Ascential Software GmbH

**Kristin Wichert**  
Siemens Business Services  
IT Service Logistik



**Dipl.-Kfm. Alexander  
Wunschel**  
Business Development  
BBDO InterOne



**Holger Ziegler**  
Abteilungsleiter  
Giesecke & Devrient



**Theonitsa Zoller-Megarisiotou**  
Geschäftsführerin  
Events für alle Sinne

	Thema	Referent/Bemerkungen
Mo 02.12.	 Trends in die Zukunft Was uns in den nächsten zwei Jahren erwartet	Dr. Karlheinz Steinmüller Gäste willkommen
Di 10.12.	 Mehr als ein Flirt mit den Kunden – Corporate Publishing der BMW AG	Exklusivkreis Direktmarketing nur für Mitglieder

**Fortsetzung im Jahr 2003 siehe spezielles Jahresprogramm.**

Änderungen und Ergänzungen des Programmes vorbehalten; Sie erfahren den aktuellen Stand im Internet unter [www.marketing-muenchen.de](http://www.marketing-muenchen.de) und durch den monatlich erscheinenden Clubreport.

## MAGDEBURG ÜBERRASCHT

### Nationale Juniorentagung 30. Januar bis 1. Februar 2003

Die Nationale Juniorentagung (NJT) ist der jährliche Kongress für alle Führungsnachwuchskräfte im Marketing und für die Junioren im Deutschen Marketing-Verband mit dem hohen Anspruch der Wissensvermittlung und des Erfahrungsaustausches im Marketing. In diesem Jahr organisieren ihn die Junioren von MC Magdeburg. Es finden Workshops in den Partnerunternehmen statt und es gibt natürlich auch eine NJT-Party unter dem Motto „Überraschende Nacht“. Die Teilnehmergebühr am Nationalen Juniorentag beträgt für Mitglieder der Marketing-Clubs 100 €.

Detaillierte Informationen finden Sie im Internet unter [www.njt2003.de](http://www.njt2003.de). Anfragen richten Sie bitte an Holger Lohmann (Tel. 0391/ 5 41 91 58 oder e-mail: [magdeburg@njt2003.de](mailto:magdeburg@njt2003.de)).

## DENKEN SIE AN IHRE WERBEBEILAGE IM JAHRE 2003!

### Vorzugspreise für Frühbucher der Beilagen 2003

Wenn Sie Ihre Werbebeilagen zum Clubreport 2003 bis spätestens 31.12.02 buchen, können Sie noch die Preise dieses Jahres nutzen: 275,00 Euro pro Beilage für Mitglieder. Buchen Sie auf dem beiliegenden blauen Blatt Ihre Werbebeilagen 2003!

## MITTEILUNGEN DER REDAKTION

In dieser Ausgabe des Clubreports finden Sie Werbebeilagen von Almu (Clubmitglied Sabine Breiler), Europa Fachpresse Verlag (Markus Bäuchle) und M-Net. Wir bitten um Beachtung. Außerdem legen wir die Sonderausgabe des Clubreports bei, die alle Besucher des Marketing-Tages zur Orientierung in ihrer Gaststadt bekommen haben und die sicher auch für unsere Leser viele interessante München Tips enthält. Wir wollten sie Ihnen schon mit dem Clubreport 09/02 zusenden, aber da traten die bekannten Verzögerungen ein.



## MARKETING-CLUB MÜNCHEN e.V. Mitglied im Deutschen Marketing-Verband

Geschäftsstelle:	Implerstraße 29, 81371 München, Angelika Denger, Tel. 089/76 50 28, Fax 7 25 43 55, E-mail: <a href="mailto:info@marketing-muenchen.de">info@marketing-muenchen.de</a> , Internet-Adresse: <a href="http://www.marketing-muenchen.de">www.marketing-muenchen.de</a>	Versand:	23. November 2002
Bürozeiten:	Montag, Mittwoch und Freitag von 9:00 - 11:30 Uhr	Nächste Ausgabe:	10. Januar 2003
Redaktion:	Reinhard Niggemann, Unternehmensberatung BDU, Forellenstraße 10, 85625 Glonn, Tel. 080 93/14 76, Fax 54 03, E-mail: <a href="mailto:niggemann.glonn@t-online.de">niggemann.glonn@t-online.de</a>	Satz/Belichtung:	Typo Plitt GmbH, Belgradstraße 9, 80796 München, Tel. 0 89/30 63 53-3, Fax 308 10 70
		Druck:	Copyprint GmbH, Agnesstraße 52, 80798 München, Tel. 0 89/18 70 80, Fax 1 23 53 16
		Fotos:	Michael Funke, Klaus Hengstmann

Präsident: Hans-Joachim Trayser · Vizepräsident: Reinhard Niggemann · Geschäftsführender Vorstand: Georg Battran · Schatzmeister: Wilfried Reiners · Beirat: Michael Bartholl, Ulrich Clef, Dr. Markus Deppe, Frank A. Diederichs, Christian Faltin, Bernhard Hebel, Hans Kaiser, Andreas C. Kröniger, Dr. Martin Mörke, Petra Müller, Dr. Barbara Niedner, Karin Paul, Dr. Armin Schirmer, Hans Schröter, Prof. Dr. Erwin Seitz