



START UNSERES EXKLUSIVKREISES VERTRIEB



Mittwoch
14.07.04,
19:00 Uhr

Leider lagen zu Redaktions-
schluss noch keine Details vor.
Lesen Sie deshalb die Einzel-

heiten zu dem Exklusivkreis
in unserem aktuellen Programm-
hinweis im Internet.

MÜNCHEN IM MODELL UND IM ORIGINAL

Führung durch die München Modelle im Stadtmuseum



Mittwoch
21.07.04,
17:00 Uhr

Im Stadtmuseum stehen viele
München-Modelle, die sehr ein-
drucksvoll die Entwicklung der
Stadt seit ihrer Gründung im
Jahre 1158 zeigen. Eine Spezial-
führung wird sie uns näher
bringen. Und die Modelle haben
"Nachwuchs" bekommen:

Münchens Innenstadt im Jahre
2000. Wie unsere Stadt zur Groß-
stadt des 21. Jahrhunderts her-
anwuchs, erforschen wir an
Modellen, Plänen, gemalten und
fotografierten Ansichten. Und wir
können in einer anschließenden
Führung durch die nähere Umge-

bung des Stadtmuseums Modell
und Wirklichkeit miteinander ver-
gleichen. Für "Altmünchner"
sicher ein ebenso spannendes
Erlebnis wie für die "Neu-Münch-
ner" unter unseren Mitgliedern.
Details in der beigefügten Einla-
dung, bitte unbedingt anmelden.

HIPP – DER ERSTE MÜNCHNER MARKETING-PREISTRÄGER STELLT SICH VOR **Exklusivkreis Kommunikation und Marke**



Mittwoch
28.07.04,
14:00 Uhr

Hipp wurde von der Jury des
Marketing-Club-München
einstimmig zum Gewinner des
ersten Münchner Marketing-
preisträgers gewählt.
Das Unternehmen konnte ein-
drucksvoll aufzeigen, dass man
dann Markt- und Preisführer
wird und es auch bleibt, wenn
man sich konsequent an den

langfristigen, entscheidenden
Faktoren der Markenstärke ori-
entiert und eben nicht am kurzfri-
stigen Profit. Mit rund 1.000 Mit-
arbeitern erwirtschaftet Hipp - in
den Geschäftsfeldern Baby,
Kleinkind und Erwachsene - in
Deutschland einen Umsatz von
230 Millionen Euro in einem
Markt, in dem üblicherweise nur

multinationale Konzerne das
Sagen haben. Was steckt hinter
diesem Erfolgsgeheimnis?
Nach Glanz + Gloria der Preis-
verleihung schauen wir jetzt hin-
ter die Kulissen der Erfolgsstory
eines ur-oberbayerischen Unter-
nehmens. Bitte beachten Sie die
Begrenzung der Teilnehmerzahl
auf 25 Mitglieder!

MARKETING FÜR DEN "HEILIGEN BERG" **Marketing vor Ort im Kloster Andechs**



Freitag
06.08.04,
15:00 Uhr
Busabfahrt,
16:00 Uhr
Programm-
start

Genuss für Leib und Seele lautet
das Kernmotto von Kloster
Andechs. Dass man damit gut
gefahren ist, beweisen die jähr-
lichen Besucherzahlen und der
erfolgreiche Verkauf der Produkte,
die heute weit über das berühmte
Bier hinaus reichen. Zuletzt wur-
den gerade fünf neue Schnäpse
erfolgreich eingeführt. Dieser

Erfolg kommt nicht von ungefähr.
Dahinter steckt, auch wenn man
es bei einem Kloster vielleicht
nicht erwartet, gekonntes Marke-
ting. Wir wollen es in einer Prä-
sentation kennen lernen. In einer
exklusiven Führung werden wir
Kloster Andechs mit seinem inter-
essanten historischen Kern
kennen lernen. Und schließlich

erwartet uns ein Vortrag von Abt
Dr. Johannes Eckert zum Thema
"Dienen statt Herrschen". Es
versteht sich von selbst, dass der
Tag bei einem Andechser Bier
im bekannten Ambiente ausklingt:
"Genuss für Leib und Seele".
Deshalb stellen wir auch eine
Bus Verbindung mit München
her! Bitte rechtzeitig anmelden!



30 JAHRE FGM TAGUNG

Erfolgsfaktor Mitarbeiter



Freitag
09.07.04,
12:00 Uhr

Ein umfangreiches Programm mit interessanten Themen und hervorragenden Referenten bietet in diesem Jahr wieder die FGM.

Lesen Sie die Details in der beiliegenden Einladung. MCM Mitglieder erhalten einen ermäßigten Eintritt von 100,00 Euro (statt

200, Euro) inkl. 16 % MwSt. Bitte auf der Anmeldekarte Mitgliedschaft nennen.



SYMPOSIUM: VISIONEN:

Menschen – Medien – Marketing am 18. Mai 2004



Mit neun renommierten Referenten und über 50 Teilnehmern aus ganz Deutschland war auch das zweite VISIONEN-Symposium wieder sehr gut besucht. Ziel der Veranstaltung war, mit verschiedenen Impulsreferaten und Diskussionen einen Blick in die Zukunft von Medien und Marketing sowie unserer Lebens- und Arbeitswelt zu wagen.

Nach einer umfassenden Einführung von Ulrich Clef unter dem Titel "Visionen und Wandel" beschäftigten sich im ersten Panel – VISIONEN: Marketing – die Referenten mit Zukunftsaspekten des Marketings. Peter Dumont von Dumont & Dearest präsentierte Ideen für unmittel-

barere Kundenbindungsaktivitäten, Florian Haller, Hauptgeschäftsführer von Serviceplan, zeichnete die Möglichkeiten des interaktiven Fernsehens auf. Im zweiten Panel – VISIONEN: Medien – skizzierte Robert-Louis Ostertag von O2, wie sich Medien und Werbung aus der Sicht einer erfolgreichen Gebrauchsgüter-Marke weiter entwickeln müssen. Arno Schäfer von Mind-Matics bewies uns mit seinen Beispielen für erfolgreiches SMS-Marketing, dass viele individuelle Kundenansprachen bereits heute möglich sind. Und Medienspezialist Manfred Krupp von Campus Media aus Frankfurt wagte einen globalen Blick auf

die Zukunft der bestehenden Mediengattungen.

Im dritten Panel – VISIONEN: Menschen – befassten sich die Experten mit den Auswirkungen neuer Möglichkeiten in Marketing und Medien auf die Lebens- und Arbeitswelt. Lars Thomsen von Future Matters brachte dabei u.a. die Auswirkungen auf das Führen von Mitarbeitern auf den Punkt. Rechtsanwalt Wilfried Reiners beschäftigte sich noch einmal mit der zunehmenden Geschwindigkeit der Arbeits- und Entscheidungsprozesse und skizzierte zum Schluss einen ganz neuen Typ von Rechtsberatung und Rechtsprechung, der in naher Zukunft auf uns zukommen

wird. Für weitere Anregungen und für eine Auflockerung sorgen in allen Panels die Video-Interviews von Thilo Hartung (Viewin), der Menschen jeden Alters analog zum Kongressthema zu ihren beruflichen wie privaten Perspektiven befragt hatte. Mit Ulrich Clef, Wilfried Reiners und Lars Thomsen waren gleich drei der neun Referenten Mitglieder des Marketing-Clubs München – auch ein Indiz für das im MCM vorhandene fachliche Potenzial der Mitglieder. Einig waren sich die Teilnehmer auch angesichts der umfangreichen Diskussion wie bereits im letzten Jahr darin, dass bei dem kompakten VISIONEN-Symposi-



um – anders als bei den meisten aktuellen Kongressen – wichtige Themen angesprochen und ebenso kritisch wie tief diskutiert wurden. Der Anspruch "Experten aus verschiedenen Disziplinen wagen einen Blick nach vorne" wurde erfüllt. Kein Wunder, dass die Diskussion trotz des späten Kongressendes um 20 Uhr von den meisten Gästen noch bis nach 22 Uhr bei Tapas, Wein und Bier fortgesetzt wurde.

Ulrich Clef



MERCEDES-STERN LEUCHTET WEITER!

Rückblick auf die Marketing vor Ort Veranstaltung am 05.05.2004

Ausgerechnet an dem Tag, an dem der Marketing-Club München e.V. zu Gast bei der Mercedes-Niederlassung in München war, wurde der Dauerstreit um das Markensymbol, dem Mercedes-Stern, auf dem Turm der Niederlassung nach diversen, juristischen Winkelzügen vor dem Verwaltungsgericht mit der Stadt München beendet. Herr Ulrich Kowalewski, Leiter der Niederlassung, kam gerade von der 7-stündigen Gerichtsverhandlung und konnte den Teilnehmern vom Marketing-Club München e.V. zufrieden mitteilen, dass der Mercedes-Stern bleiben darf.

Insgesamt war die Präsentation der neuen Mercedes-Niederlassung ein Erlebnis für alle, nicht nur für Mercedes-Fans. In verschiedene Gruppen aufgeteilt, weil sehr viele Teilnehmer das neue Gebäude sehen wollten, wurden die Besucher des Marketing-Clubs durch alle Bereiche geführt.

Die neue Niederlassung steht auf einem kleineren Grundstück als die alte Niederlassung, die inzwischen aufgelöst wurde. Die Daimler-Chrysler-Niederlassung entschloß sich damals zu einem radikalen Schnitt. Die verstreuten Hallen der alten Niederlassung wurden nicht umgebaut und Gebäude für Gebäude modernisiert, sondern neu an einen Ort zusammengefaßt und signifikant in der Architektur dargestellt. "Verdichtung" hieß jetzt die Devise. Ein gewaltiges Gebäude, welches 75.000 qm Raum bietet. Alles unter einem Dach.

Das Autohaus und der Turm, ein echter Blickfang, bringen Orientierung in die gesamte bauliche Situation an der Donnersberger Brücke. Wie in einer Matchbox-Garage präsentiert Mercedes-Benz in seiner neuen Münchner Niederlassung die Modelpalette von A- bis S-Klasse. Die gläserne Front entlang der Donnersberger Brücke wurde zum längsten und größten Schaufenster Münchens.









Dieser transparente Blickfang bietet trotzdem leichte Orientierung. Jeder Besucher soll schnell sein Ziel erreichen. Alles liegt dicht beieinander, ob es darum geht, die Werkstatt aufzusuchen, oder um den Kauf eines Neu- oder Gebrauchtwagens. Wer will, kann punktgenau in die einzelnen Ebenen hineinfahren. Der Weg ist vorgezeichnet. Dynamische Schleifen führen nach oben. Auf einem gläsernen Panoramadeck warten Stellplätze (gesamt 350): "Schöner parken mitten in Neuhausen".

Anmeldung und "Gläserne Werkstatt" machen die Inspektion zum Ereignis. Alles rund ums Auto bietet das Shop-in-Shop-Prinzip. Am meisten hatte das Maybach-Center beeindruckt. Waren Sie schon mal in einem Maybach gesessen? Wenn nein, dann bleibt Ihnen die Frage erspart, wie Sie vom Sitz aus die riesen-große Tür schließen können. - Ganz einfach. Ein kleiner Knopf

im Innenraum dieses faszinierenden Fahrzeuges schließt die Türe automatisch.

Der Grund, die Mercedes-Benz-Niederlassung zu besuchen, kann auch ein ganz anderer sein, der mit dem Auto direkt nichts zu tun hat. Ein italienisches Restaurant mit preiswerten Angeboten ist für Jedermann geöffnet. Ein Besuch, bzw. ein Bummel, auch am Wochenende, lohnt sich und kann mit der guten italienischen Küche abgerundet werden. Wir, die Mitglieder des Marketing-Clubs München konnten die ausgezeichnete Küche kostenlos (Vielen Dank!) testen und den Blick über die Stadt mit den Frauentürmen schweifen lassen. Das Panorama von Konferenz- und Veranstaltungsräumen im obersten Stockwerk ist atemberaubend.

(Hans Kaiser)

		Thema	Referent/Bemerkungen	
Fr 09.07., 12:00		Erfolgsfaktor Mitarbeiter	FGM Tagung	Gäste willkommen
Mi 14.07., 19:00		Exklusivkreis Vertrieb	Jan Boluminski	nur für Mitglieder
Mi 21.07., 16:30		Münchenmodelle im Stadtmuseum		für Mitglieder und Partner
Mi 28.07., 19:30		Hipp stellt sich vor	Exklusivkreis Kommunikation und Marke	nur für Mitglieder
Fr 06.08., 15:00		Marketing für den „heiligen“ Berg	Kloster Andechs	für Mitglieder und Partner
Mo 13.09.		Präsentation Dt. Marketing Preisträger 2003	Bild Zeitung	Gäste willkommen
Di 21.09.		Exklusivkreis Innovative Marketingtechniken		nur für Mitglieder
		Junior-Stammtisch	Infos im Internet beachten	Gäste willkommen

Anderungen und Ergänzungen des Programmes vorbehalten; Sie erfahren den aktuellen Stand im Internet unter www.marketingclub-muenchen.de und durch den monatlich erscheinenden Clubreport.

EINLADUNG:

Die AG Öffentlichkeitsarbeit tagt im größeren Kreis

Dienstag, 27. Juli 2004, 19.00 Uhr

im GZM, Betastraße 9a, 85774 Unterföhring

Anmeldung in der Geschäftsstelle unter

info@marketingclub-muenchen.de

Die AG Öffentlichkeitsarbeit im Marketing-Club München beschäftigt sich – nomen est omen – mit dem Auftritt des MCM in der Öffentlichkeit, im einzelnen also u.a. mit der Pressearbeit und mit Aktivitäten bzw. Veranstaltungen, die eine breite Öffentlichkeitswirkung haben. Dies war in diesem Jahr z.B. das Clubjubiläum und die erstmalige Verleihung des Münchner Marketingpreises.

Ende Juli wollen wir ein Resümee unserer Aktivitäten im ersten Halbjahr, insbesondere der Veranstaltung am 23. März, ziehen. Hierzu laden wir neben der bestehenden AG ÖA auch interessierte Mitglieder.

Neben der Besprechung der Aktivitäten ist ein weiteres Ziel des Treffens neue Mitglieder für die AG zu finden – insbesondere auch für die

Pressearbeit – und Mitglieder, die nicht mehr ausreichend Zeit für die AG haben, zu verabschieden. In diesem Zusammenhang danken wir herzlich Christian Faltin, der über mehrere Jahre aktiv in der AG mitgewirkt hat und sich aus beruflichen Gründen leider aus Clubbeirat und AG zurückgezogen hat, für sein Engagement.

Tagesordnung:

1. Rückblick Feier Clubjubiläum und Münchner Marketingpreis
2. Öffentlichkeitsarbeit im zweiten Halbjahr 2004
3. Münchner Marketingpreis 2006
4. Neue Mitgliederstruktur in der "AG ÖA"

Sonstiges

(Ulrich Clef)

Mitteilungen der Redaktion

Diese Ausgabe des Clubreports erscheint nicht ganz pünktlich, wir bitten die paar Tage Zeitverzögerung zu entschuldigen.



MARKETING-CLUB MÜNCHEN e.V.

Geschäftsstelle:

Implerstraße 29, 81371 München,
Angelika Denger, Tel. 089/76 50 28, Fax 7 25 43 55,
E-mail: info@marketingclub-muenchen.de,
Internet-Adresse: www.marketingclub-muenchen.de

Bürozeiten:

Montag, Mittwoch, Donnerstag von 9:00 - 15:30 Uhr

Redaktion:

Reinhard Niggemann, Unternehmensberatung BDU,
Forellenstraße 10, 85625 Glonn, Tel. 080 93/14 76,
Fax 54 03, E-mail: niggemann.glonn@t-online.de

Versand:

02. Juli 2004

Nächste Ausgabe:

20. August 2004

Satz/Belichtung:

Typo Plitt GmbH, Belgradstraße 9, 80796 München,
Tel. 089/30 63 53-3, www.typoplitt.de

Druck:

Copyprint GmbH, Agnesstraße 52, 80798 München,
Tel. 089/18 70 80, Fax 1 23 53 16

Fotos:

Ulrich Clef

Präsident: Ulrich Clef · Vizepräsident: Reinhard Niggemann · Geschäftsführender Vorstand: Michael Funke · Schatzmeister: Wilfried Reiners · Beirat: Michael Bartholl, Frank A. Diederichs, Dr. Marcus Disselkamp, Bernhard Hebel, Hans Kaiser, Andreas C. Kröniger, Dr. Martin Mörke, Dr. Barbara Niedner, Karin Paul, Dr. Armin Schirmer, Prof. Dr. Erwin Seitz, Alexander Wunschel