



## EXKLUSIVKREIS MEDIEN Intermediale Content-Vermarktung



**Mo 10.06.02**  
**19:00 Uhr**

Die Mediengattungen wachsen zusammen. Längst reicht es nicht mehr, nur ein Buch mit Inhalt zu füllen oder nur eine Fernsehsendung zu machen, um Geld zu verdienen. Die Inhalte - der Content - müssen über möglichst viele Wege verbreitet werden, um sich zu refinanzieren. Es geht also um Bücher, Zeitschriften, Zeitun-

gen, Fernsehen, Hörfunk, Internet, Handy und und und....

Gerade in der aktuellen Situation, die zeigt, dass Werbemärkte endlich sind und dass Content vermehrt wieder von den Nutzern finanziert werden muss, wollen wir mit zwei Experten die Chancen und Risiken des Marketings und der Vermark-

tung von Inhalten diskutieren. Frank Diederichs, Mitglied der Geschäftsleitung Wissen Media Group und Martin Michel, Geschäftsführer, IP New Media. Details siehe Einladung. Bitte beachten, wir treffen uns im Haus des CDH Oberbayern in der Ismaninger Straße.

## FUSSBALL REGIERT DIE WELT ... Marketing vor Ort bei Premiere



**Do 13.06.02**  
**15:00 Uhr**

Am 31. Mai 2002 beginnt die Fußball-Weltmeisterschaft 2002 in Korea. Sie haben Gelegenheit, gewissermaßen "live" dabei zu sein: in den WM Studios von Premiere. Hier werden die Direktübertragungen aus Korea redaktionell bearbeitet und auf den Abonnenten Sender Premiere gegeben. Premiere überträgt alle 64 Spiele live, davon 40 exklusiv. Im Mittelpunkt der Berichterstattung steht natürlich

die Deutsche Nationalmannschaft. Premiere bietet uns die einmalige Chance, die praktische Umsetzung von der Aufnahme in Korea zur Bereitstellung für die Sendung im Abonnenten-Kanal mit zu erleben. Natürlich werden wir auch sehr viel aus erster Hand über das in Deutschland relativ junge Modell des Abonnentenfernsehens erfahren, das sich neben dem öffentlich-rechtlichen

gebührenfinanzierten und dem privaten werbefinanzierten Fernsehen als drittes Modell erst noch durchsetzen muss.

Aus technischen Gründen (Studiogröße!) muss die Zahl der Teilnehmer strikt begrenzt werden. Wir müssen deshalb die Teilnahme exklusiv und ausschließlich unseren Mitgliedern vorbehalten. Bitte melden Sie sich möglichst umgehend an.

## EXPERTENDISKUSSION Kommunikation und Markenführung im Spiegel von Trends



**Mo 17.06.02**  
**19:00 Uhr**

Marken und Trends haben viel gemeinsam. Marken wie Trends sind nicht das, was Unternehmen in ihnen sehen wollen, sondern was ihre Verwender daraus machen. Die Expertendiskussion wird der Frage nachgehen, was man von Trends für die Markenführung lernen kann.

Unter der Leitung von Dr. Andreas Knaut, Bereichsleiter Unternehmenskommunikation der Verlagsgruppe Handelsblatt (Düsseldorf), diskutieren am Podium: Eberhard Denzel,

Geschäftsführer von Denzel + Partner, Beratungsgruppe für Ganzheitliches Marketing + Management (Ludwigsburg), Dr. Peter Haller, Geschäftsführer der Serviceplan Marketing GmbH (München), Prof. Dr. Peter Littmann, Geschäftsführender Gesellschafter des Beratungsunternehmens Brandinsider (Hamburg), Torsten Müller – Ötvös Direktor Markenführung und Produktmanagement MINI der BMW Group, verantwortlich für die weltweite Markenführung und das Produktmanagement der

Marke MINI (München), und Michael Will, Marketingchef bei dem Musiksender MTV (München).

Die Expertendiskussion ist als Gemeinschaftsveranstaltung mit dem SiemensForum konzipiert und findet in dessen Räumen am Oskar-von-Miller-Ring 20 statt. Die Diskussion dauert von 19:00 Uhr bis 21:00 Uhr, im Anschluss daran ist ein kleiner Stehempfang vorgesehen.

*Informationen über weitere Veranstaltungen auf Seite 2*

## NACHTSCHICHT FÜR AUSGESCHLAFENE

### MARKETING VOR ORT: Die Nachtschwärmer-Tour 2002 durch München



**Fr 21./  
Sa 22.06.2002**  
**Start:  
17:45 Uhr**

Einmal den Heinzelmännchen über die Schulter schauen – schon immer ein Traum? Die Nachtschwärmer-Tour 2002 per Bus macht's möglich. Sieben ausgewählte Münchner Unternehmen geben Ausgeschlafenen einen Einblick in ihr nächtliches Schaffen. Filmpräsentation und Werksführung bei Philip Morris. Tower oder Flugdatenzentrale und eine Rundfahrt durch den Münchner

Flughafen. Weiter geht's zur Geisterstunde in die Hopfisteerei. Bei der Feuerwehr testen wir die Einsatzbereitschaft der Wache und die Einsatzkontrolle durch die Leitstelle. Als Abkühlung gibt's danach einen leckeren Cocktail im Ballhaus. Anschließendes Abtanzen natürlich inklusive. Last but not least lädt uns die Verkehrsleitzentrale der Münchner U-Bahn ein, das frühmorgend-

liche Schienenchaos zu entwirren. Zum Ausklang der langen Nacht können wir uns schließlich um 6.30 Uhr am reichhaltigen Frühstücksbuffet im Arabella Sheraton Westpark Hotel stärken. Verbindliche Anmeldung auf beiliegender Einladung unbedingt erforderlich, beschränkte Teilnehmerzahl, nur Mitglieder und Partner.

## 28. MÜNCHNER MARKETING-SYMPOSIUM DER FGM

### MARKETING PUR! – Denn nur das Wesentliche zählt –



**Fr 12.07.02**  
**12:00 Uhr**

Das diesjährige Marketing-Symposium der FGM Fördergesellschaft Marketing e.V. steht unter dem Thema "Marketing pur". Als Referenten sind in diesem Jahr folgende namhafte Sprecher eingeladen: Herr Dr. Schineis, President und CEO, Atomic Austria GmbH; Herr Dr.

August Joas, Vice President, Mercer Management Consulting; Herr Dieter Brandes, ehemaliger Geschäftsführer, Aldi Nord und Herr Dr. phil. Dr. theol. Pater Hermann-Josef Zoche, Theologe. Einen Überblick zum geplanten Verlauf der Veranstaltung in den

Räumen der Ludwigs-Maximilians-Universität in München können Sie der beiliegenden Einladung entnehmen. Wie in den Vorjahren erhalten Mitglieder des MCM eine starke Ermäßigung auf die Teilnahmegebühr (100 € statt 200 €). Nutzen Sie diesen Vorteil!

### MITTEILUNGEN DER REDAKTION

Nur noch in vier Ausgaben des Clubreports 2002 können Sie mit Beilagen für Ihre Leistungen bei einem professionellen Verteiler von 740 Lesern für den sensationellen Preis von 275 € (37 Cts pro Leser!) werben.

In dieser Ausgabe sind folgende Firmen dabei: MegaSolution GmbH (Clubfreund Karlheinz Vogel-sang), Paradise Media (Hubert Feil), Heller & Partner (Drs. Markus und Stephan Heller) und Medienmenschen Verlag.



## MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2002 WÄHLT NEUEN VORSTAND UND BEIRAT **Rückblick auf den 29.04.2002**

Die Mitgliederversammlung war in diesem Jahr gespickt mit Informationen. Am Rande des Get Together konnten die Mitglieder Schaubilder über die Ergebnisse der Mitgliederbefragung des Jahres 2001 sehen. Die Power Point Präsentation können Interessenten in der Geschäftsstelle abfordern.

Zum Tagesordnungspunkt "Bericht des Vorstandes" wurde eine sehr ausführliche Präsentation der Entwicklung des Marketing-Club unter dem bestehenden Vorstand und Beirat gezeigt. Auch diese Präsentation kann von der Geschäftsstelle angefordert werden. Vieles hat sich in dieser Zeit verändert, das Angebot ist anspruchsvoller und

umfangreicher geworden, die Führung des Clubs wurde auf eine breitere Basis gestellt, die Bedeutung und Mitwirkung der Junioren wurde verstärkt, die Zahl der Mitglieder wurde von 340 auf heute 680 verdoppelt und nicht zuletzt konnte der optische Auftritt modernisiert und mit den anderen Clubs im Deutschen Marketing Verband harmonisiert werden.

Die Neuwahlen für die Amtsperiode 2003 bis 2005 brachten folgendes Ergebnis: Ulrich Clef wurde von der Mitgliederversammlung einstimmig als Nachfolger von Hans-Joachim Trayser, der den Club seit 1996 leitete und sich für die neue Amtsperiode nicht mehr zur Wiederwahl stellte, zum neuen

Präsidenten des MCM gewählt. Er ist geschäftsführender Gesellschafter der C/C/C Clef Creative Communication GmbH.

Einstimmig wiedergewählt wurden von der Mitgliederversammlung Reinhard Niggemann, der seit zehn Jahren als Vize-Präsident des Clubs vor allem das Programm und die Veranstaltungen verantwortet, sowie Schatzmeister Wilfried Reiners.

Michael Funke übernimmt – ebenfalls mit einstimmigem Votum – das Amt des Geschäftsführenden Vorstands von Georg Battran, der die Geschäftsstelle des Marketing-Clubs seit 14 Jahren sehr erfolgreich leitete und wie Herr

Trayser nicht mehr zu einer weiteren Wiederwahl zu Verfügung stand.

In den Beirat wurden gewählt: Michael Bartholl, Dr. Markus Deppe, Frank A. Diederichs, Christian Faltin, Bernhard Hebel, Hans Kaiser, Andreas Kröniger, Dr. Martin Mörike, Petra Müller, Dr. Barbara Niedner, Karin Paul, Dr. Armin Schirmer und Prof. Dr. Erwin Seitz.

Trotz des umfangreichen Programms konnte der offizielle Teil der Mitgliederversammlung pünktlich um 22:00 Uhr beendet werden und es blieb noch viel Zeit für Small Talk und informelle Diskussionen der Mitglieder mit Vorstand und Beirat.



## FERNSEHEN WIRD MOBIL

**Rückblick auf den Exklusivkreis Medien bei United Screens am 16.04.2002**

Ob in U-Bahnhöfen, in Straßenbahnen, im Supermarkt oder an der Tankstelle: Immer mehr TV-Angebote, die den mobilen Menschen erreichen wollen, kommen auf den Markt. "Out-of-home-TV" nennt sich diese neue Branche.

Idealerweise erreichen die neuen Fernsehangebote den Konsumenten am Point of Sale (POS), also dort, wo Kaufentscheidungen sofort umgesetzt werden können. Unser MCM-Firmenmitglied United Screens hat sich auf Fernsehen an Tankstellen mit sogenannten Coveni-

ence Shops spezialisiert. Bei mehreren hundert Aral und Shell-Tankstellen wurden bereits 93 x 53 cm große Plasma-Bildschirme installiert. Diese erhalten via Satellit ein aktuelles Informations- und Werbeprogramm. Der Clou dabei ist insbesondere für werbungtreibende Unternehmen, dass jeder einzelne Bildschirm individuell angesteuert werden kann. Werbetexte können also je nach Wunsch des Werbungtreibenden lokal, regional oder überregional ausgestrahlt werden.

Darüber hinaus ist das Medium

wie das übliche Fernsehen – und anders als andere Außenwerbemedien, die i.d.R. 10-tägige Plakat-Aushangzeiten haben – zeitlich exakt steuerbar. Sendetermine bzw. Sendezeiten sind frei wählbar. Die Ausstrahlung des Programms wird im übrigen durch einen ISDN-Rückkanal kontrolliert.

Dass dieses neue Konzept gute Chancen am Markt hat, zeigen bereits zahlreiche Aufträge von Werbeagenturen und Unternehmen. Dadurch konnte United Screens im vergangenen Jahr mehrere Millionen Euro umset-

zen. Ein verheißungsvoller Start!

Nach dem interessanten und kurzweiligen Vortrag durch Vorstand Andreas Harting standen er und seine Vorstandskollegen Dr. Ralf Klasen und Andreas Teichmann (alle drei haben die Firma gegründet) noch lange für eine ausführliche Diskussion zur Verfügung. Der Abend im Unterförhriger GZM endete bei einem Glas Wein erst nach 23 Uhr. Wenn Sie mehr über United Screens wissen wollen: [www.united-screens.de](http://www.united-screens.de).

(Uli Clef)

## INTERVIEW MIT DR. ARMIN SCHIRMER



*Herr Dr. Schirmer, Sie sind als Vizepräsident des Deutschen Marketing-Verbandes (DMV) verantwortlich für die Gestaltung des Programms des Deutschen Marketing-Tages. Der Marketing-Tag wird nun zum 30. Mal durchgeführt und ist zu einer Institution der deutschen Marketingszene geworden. Welche Ziele verfolgt der DMV mit dem Deutschen Marketing-Tag und wie wurden diese bisher realisiert?*

**Dr. Schirmer:** Der Deutsche Marketing-Tag ist als Kernprodukt des Deutschen Marketing-Verbandes der Kristallisationspunkt des Marketing in Deutschland. Wir

wollen den „State-of-the-Art“ des Marketing präsentieren. Darüber hinaus ist der Deutsche Marketing-Tag Treffpunkt der Marketiers und der Mitglieder der 60 Marketing-Clubs in Deutschland.

*Der Deutsche Marketing-Tag steht in diesem Jahr unter dem Thema „Marketing geht in die Offensive“. Welche Gedanken haben zur Wahl dieses Themas geführt?*

**Dr. Schirmer:** In wirtschaftlich schwierigen Zeiten schlägt natürlich die Stunde des Marketing. Mit Sachverstand und dem Gespür für Marktchancen und Markterfolge sind alle Unternehmer mehr denn je gefordert, die Rolle der Protagonisten zu übernehmen. Zukunftsoptimismus, Zuversicht und Visionen sind gefragt.

*Können Sie uns schon etwas über die wichtigsten Themen, die Referenten und über den Ablauf sagen?*

**Dr. Schirmer:** Auf dem 30. Deutschen Marketing-Tag sollen die Unternehmen, Unterneh-

mer und Marketing-Manager zu Wort kommen, die gegen den Strom schwimmen und aktiv voranmarschieren. Wir führen einen Marketing-Dialog mit Thomas Holtrop, dem Chef von T-Online. Wir erwarten Vorträge von Prof. Simon und Ingo Krauss (Chairman Saatchi & Saatchi Advertising GmbH), letzterer über 30 Jahre Deutscher Marketing-Tag und was wir für die Zukunft daraus lernen. Dr. Antonella Meipochter von der Boston Consulting Group steht in einem von 5 Marketing-Foren Rede und Antwort zu antizyklischem Marketing. Hans Leister, Chef der Connex-Gruppe, wird uns präsentieren, wie er als David gegen die Deutsche Bahn AG antritt. Weitere Redner nenne ich Ihnen beim nächsten Mal.

*Traditionell wird auf dem Deutschen Marketing-Tag der Deutsche Marketing-Preis verliehen, eine Auszeichnung für besonders hervorragende Marketing-Leistungen. Können Sie uns schon sagen, wer in diesem Jahr geehrt wird?*

**Dr. Schirmer:** Die bisherigen 29 Preisträger sind

namhafte Unternehmen, die über Jahre hinweg für außergewöhnliche Marketing-Leistungen stehen. Der 30. Preisträger wird von der Jury kurz vor dem Marketing-Tag gewählt und – erstmals – erst auf dem Deutschen Marketing-Tag am 8. November bekanntgegeben und gekürt.

*Vor vier Jahren war der Deutsche Marketing-Tag ebenfalls in München. Was hat Sie veranlasst, auch in diesem Jahr München als Tagungs-ort auszuwählen?*

**Dr. Schirmer:** Der Großraum München ist wirtschaftlich von Bedeutung, hat einen großen Einzugsbereich und ist logistisch günstig. Das Messezentrum ist ein idealer Tagungs-ort. Und natürlich ist München immer eine Reise wert, auch für ein verlängertes Wochenende.

*Herr Dr. Schirmer, Sie sind ja zugleich auch Beiratsmitglied im Marketing-Club München. Welche Bedeutung hat der diesjährige Marketing-Tag für die Münchener Club-Mitglieder?*

**Dr. Schirmer:** Es ist für jeden Marketing-Club natürlich etwas Besonderes, wenn der Deutsche Marketing-Tag sozusagen „vor Ort“ stattfindet und jedes Club-Mitglied ohne Reiseaufwand den State-of-the-Art des Marketing und viele Marketing-Fachleute kennenlernen kann. Darüber hinaus wird sich der Marketing-Club München angemessen präsentieren. Wir freuen uns natürlich über viele Tagungs-Teilnehmer aus dem Marketing-Club München.

Beginnend mit dieser Ausgabe des Clubreports berichten wir an dieser Stelle darüber, was Sie auf dem 30. Deutschen Marketing-Tag am 8. November 2002 in München erwartet. Wir starten mit einem Interview des Vizepräsidenten des Deutschen Marketing-Verbandes und Mitglied unseres Beirats Herrn Dr. Armin Schirmer. Er ist im Präsidium des DMV verantwortlich für den Marketing-Tag und hat zusammen mit einer Expertengruppe die Planung und Konkretisierung des Marketing-Tages 2002 übernommen.

Auch innerhalb des Marketing-Club München hat sich eine Arbeitsgruppe unter der Leitung von Ulrich Clef gebildet, die ergänzende Aktivitäten für diesen wichtigen Mar-













keting-Event in München konzipiert. Die Gestaltung der eigentlichen Tagung liegt ja traditionell in den Händen des DMV, unsere Ideen werden allerdings dadurch "eingespeist", dass Herr Dr. Schirmer bei uns im Beirat ist und Herr Clef Mitglied in der o.g. Expertengruppe für die Planung des Marketing-Tages.

Natürlich haben beide genannten Arbeitsgruppen kein "Monopol" auf Ideen, d.h. dass Ihre Ideen und Anregungen für die Ausgestaltung des Marketing-Tages durchaus erwünscht sind. Besonders Teilnehmer früherer Marketing-Tage können hier sicher Vorschläge machen, was noch zu verbessern wäre. Wenden Sie sich mit Ihren Ideen an Herrn Ulrich Clef (Tel. 089/99548460)

## SONDERAUSGABE DES CLUBREPORTS ZUM MARKETING-TAG GEPLANT

Wir erwarten über 1.000 Besucher aus ganz Deutschland und den angrenzenden deutschsprachigen Ländern zum 30. Marketing-Tag in München. Und diese wollen wir vom Marketing-Club München mit einer Sonderausgabe des Clubreports willkommen heißen. Wir denken an Tipps für München Besucher, Informationen über unseren Club und

seine Mitglieder, durchaus auch Werbung für die von unseren Mitgliedern angebotenen Leistungen und vieles andere mehr. Ideen, Anregungen, Werbebuchungen sind willkommen. Wenden Sie sich an die Redaktion des Clubreports (siehe Rückseite unten).

|                             | Thema   | Referent/Bemerkungen                    |   |
|-----------------------------|---|---|---|
| Mo 10.06. 19:00             |  Intermediale Content Vermarktung              | Exklusivkreis Medien                    | nur für Mitglieder                                  |
| Do 13.06. 15:00             |  Fussball regiert die Welt                     | Premiere World                          | nur für Mitglieder                                  |
| Fr. 14.06. 13:30            |  Marketing für Vorsprung Technik               | AUDI Ingolstadt                         | <i>nahezu ausgebucht</i> für Mitglieder und Partner |
| Mo 17.06. 19:00             |  Kommunikation und Marke im Spiegel von Trends | Expertendiskussion                      | Gäste willkommen                                    |
| Fr/Sa 21./22.06.            |  München bei Nacht                             | Tour durch München                      | für Mitglieder und Partner                          |
| Do 04.07.                   |  Exklusivkreis Kommunikation und Marke         |   | nur für Mitglieder                                  |
| Fr 05.07.                   |  Marketing- und Medien Golf Trophy             | Golfturnier in Magarethenhof            | <i>ausgebucht</i> für Mitglieder und Partner        |
| Sa 06.07.                   |  Trends erkennen, nutzen und steuern           | Seminar mit Dr. Herrmann und G. Moeller | Gäste willkommen                                    |
| Fr 12.07.                   |  FGM Tagung                                    |   | Gäste willkommen                                    |
| Sa 20.07.                   |  Sommerfest                                    |   | Gäste willkommen                                    |
| Fr 26.07.                   |  Neuer Markenauftritt für älteste Brauerei     | Brauerei Weihenstephan                  | für Mitglieder und Partner                          |
| jeweils letzter Mi im Monat |  Junioren-Stammtisch                           | Infos im Internet beachten              | Gäste willkommen                                    |

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.

## GOLF IM MARGARETHENHOF Sonderkonditionen für Marketing-Club-Mitglieder

Nachdem unsere **MARKETING- & MEDIEN GOLFTROPHY** innerhalb weniger Tage ausgebucht war, wurde uns vom Margarethenhof folgendes Sonderangebot – exklusiv für Mitglieder im Marketing-Club München – übermittelt: Bei einem Eintritt vor dem 1. Juli 2002 entfällt die einmalige Aufnahmegebühr in Höhe von € 1.780,- komplett, bei einem Eintritt ab dem 1. Juli zu 50%. Das Jahresnutzungsentgelt beträgt € 2.090,- für Einzelpersonen bzw. € 3.600,- für Ehe-

paare p.a. Bei einem Eintritt ab dem 1. Juli halbiert sich diese Jahresnutzungsgebühr für das erste Jahr. Hinzu kommen € 100,- für den DGV-Ausweis. Durch die Zahlung des Mitgliedsbeitrags erhalten Sie bei vorhandener Platzreife die uneingeschränkte Spielberechtigung auf der Golfanlage und den Übungseinrichtungen. Eine Mitgliedschaft ist gerade für Manager, die viel unterwegs sind, von Vorteil: Denn die Mitglieder des Margarethenhofs

haben uneingeschränktes Spielrecht auf Gut Kaden (bei Hamburg) und jeweils 5 x pro Jahr Greenfee-freies Spiel auf Schloß Liebenstein (bei Heilbronn), Hof Trages (bei Frankfurt), St. Leon Rot (bei Hockenheim), Grevenmühle (bei Ratingen), Hösel (bei Velbert), Palmerston Golf Resort Sporting-Club Berlin, Semlin am See (bei Berlin) und Märkischer Golfclub Potsdam. Weitere Kooperationen bestehen mit Clubs in Italien, Spanien und Thailand.

Darüber hinaus können Clubmitglieder den exklusiven Airportclub am Frankfurter Flughafen – ideal für Meetings – nutzen. Außerdem ist der Margarethenhof dem Münchner Kreis angeschlossen, wodurch Sie an bestimmten Tagen auf 22 Golfclubs im Großraum München zum halben Greenfee spielen können. Interessenten wenden sich bitte direkt an Frau Martina Schmidt, Margarethenhof, Tel 08022 / 75060.



### 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: [info@marketing-muenchen.de](mailto:info@marketing-muenchen.de),  
Internet-Adresse: [www.marketing-muenchen.de](http://www.marketing-muenchen.de)

Bürozeiten: Montag, Mittwoch und Freitag von 9:00 - 11:30 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](mailto:niggemann.glonn@t-online.de)

Versand: 24. Mai 2002

Nächste Ausgabe: 21. Juni 2002

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