



**EXKLUSIVKREIS KOMMUNIKATION UND MARKE**

**ERCO: Licht statt Leuchten – ein Konzept wird virtuellVermarktung**



**Do 04.07.02  
19:00 Uhr**

Ein neuer Exklusivkreis wird am 04.07. aus der Taufe gehoben und wir starten gleich mit einem Beispiel namhafter Markenführung und Kommunikation: dem Unternehmen ERCO Leuchten GmbH. Dessen Marketing-Chef Kay Pawlik wird uns im Exklusivkreis zeigen, wie sich die Phänomene Vernetzung, Akzeleration und Digitali-

sierung auf die Geschäftstätigkeit von ERCO auswirken. Darauf aufbauend hat ERCO seine Marketingstrategie grundlegend überdacht und neue Ansätze für das Marketing, die Markenführung und die Informationslogistik erarbeitet. ERCO beleuchtet anspruchsvolle Bauwerke, darunter den Berliner Reichstag, den Louvre in

Paris oder das Guggenheim Museum in Bilbao. Im Jahr 2000 erwirtschaftete ERCO mit seinen weltweit rund 1.050 Mitarbeitern einen Umsatz von 128 Millionen Euro. Lesen Sie weitere Details in der beiliegenden Einladung, die exklusiv für Mitglieder gilt und melden Sie sich rechtzeitig an.

**SOMMERFEST DES MCM:**

**2. "GIPFELTREFFEN", DIESES MAL AUF DEM WALLBERG**



**Sa 20.07.02  
18:00 Uhr**

Für unser traditionelles Sommerfest haben wir uns in diesem Jahr ein besonderes Schmankekl ausgesucht: wir feiern im modernen 1998 neu eröffneten Panorama Restaurant auf dem Wallberg in über 1.600 m Höhe. Es ist an diesem Abend exklusiv für uns geöffnet. Mit seiner 270 Grad umfassenden Glasfassade ermöglicht es einen einmaligen Rundblick, vom Großglockner bis zur Zugspitze und den

Tegernsee, über das Voralpenland bis nach München. Es gibt ein bayerisches Brotzeitbuffet, und natürlich ausreichend Getränke. Für die musikalische Untermalung sorgt das Unterhaltungs-Trio "Pauli". Es spielt bayerische Volksmusik, Schlager, Evergreens und auch Tanzmusik der letzten vier Jahrzehnte. Vor allem wollen wir aber miteinander ins Gespräch kommen oder, wie man heute

sagt "neue Netzwerke knüpfen". Wer will, kann eine kleine Höhenwanderung auf dem Wallberg machen und – wie seinerzeit auf dem 1. MCM Gipfeltreffen im Karwendel – den Sonnenuntergang im Hochgebirge genießen. Denn, dass die Sonne an diesem Tag scheinen wird, davon sind wir aus Tradition überzeugt. Weitere Details bitte der beiliegenden Einladung entnehmen.

**MARKETING VOR ORT IN DER BRAUEREI WEIHENSTEPHAN**

**Neuer Markenauftritt für die älteste Brauerei**



**Fr 26.07.02  
15:00 Uhr**

Die Bayerische Staatsbrauerei Weihenstephan, vor beinahe eintausend Jahren Klosterbrauerei der Benediktinermönche, dann Königlich Bayerische Staatsbrauerei, ist heute als Regiebetrieb des Freistaates Bayern ein modernes, nach privatwirtschaftlichen Maßstäben geführtes Unternehmen. Sie ist

die älteste noch bestehende Braustätte der Welt. Unter Brauern gilt die Marke, deren Auftritt gerade aktualisiert worden ist, schon immer als "Insidermarke". Wir werden sowohl das Marketing als auch in einer Werksführung den Weg des Bieres von den Ursprungsprodukten Gerste, Hopfen und Wasser bis

zu der vielfältigen Bierpalette kennen lernen, die die Staatsbrauerei heute im Angebot hat. Und wir werden die Gelegenheit nutzen, das Bier im berühmten Weihenstephaner Braustüberl (oder im Biergarten?) frisch gezapft zu testen. Anmeldung unbedingt erforderlich, Details siehe beiliegende Einladung.

## AUF DEN SPUREN DER HISTORISCHEN ISARFLÖßER

Wir radeln vom Sylvensteinspeicher bis Bad Tölz



**Sa 21.09.02**

**Start:**

**09:00 Uhr**

Wir treffen uns an der Bushaltestelle Neuperlach Süd (U- und S-Bahn Station), verladen unsere Fahrräder in den Anhänger des Busses, der uns zum Sylvenstein fährt, am Ende des Tages in Bad Tölz wieder aufnimmt und schließlich am Ausgangspunkt in Neuperlach absetzt. Unter der bewährten Führung unseres Clubkollegen Norbert Strauß fahren wir auf den Spuren der historischen Isarflößler vom Sylvensteinspeicher entlang der Isar immer

leicht bergab und meist abseits der Straßen auf wenig befahrenen Fahrradwegen. Auch für wenig Geübte dürfte diese Radtour leicht zu bewältigen sein. Im "Jahr der Berge" wollen wir auf unserer Fahrt besonderes Augenmerk legen auf den Sylvensteinspeicher und seine Bedeutung für den Hochwasserschutz für das Isartal und München (evtl. Besichtigung des Speicherwerks). Die Flußgeographie der Isar, die bemerkenswerte Geologie und die

Botanik. Wir werden "Kunst am Fluss" in Form von Skulpturen aus Geröllen sehen und wir werden die wirtschaftliche Bedeutung der Isar einst und jetzt kennen lernen. Und natürlich werden wir unterwegs auch zünftig einkehren. Lesen Sie weitere Details in der Einladung, sie gilt für Mitglieder und Partner. Verbindliche Anmeldung ist unbedingt erforderlich, die Zahl der Teilnehmer ist durch die Buskapazität begrenzt.

## LETZTE MELDUNG:

**After-Work-Treffen des BJV, der DPRG und des Marketing-Club am 25. Juli 2002**

Zum dritten Mal treffen sich auf Initiative der DPRG Landesgruppe Bayern die Mitglieder der drei Verbände zum Gedankenaustausch, zum Kontakte knüpfen, zum Essen und Trinken in lockerer Runde am 25. Juli 2002 um 19.00 Uhr im Conti Bistro im Haus der Bayerischen Wirtschaft,

Max-Joseph-Straße 5 in 80333 München (Tel.089 / 55178-680).

Die Resonanz der Teilnehmer auf die bisherigen Veranstaltungen hat motiviert, weiterzumachen. Da wieder ein kleines Buffet vorbereitet werden soll, bittet die DPRG Landesgruppe Bayern um ver-

bindliche Anmeldung bis 19. Juli 2002 per e-Mail unter [INDOC-FILM@t-online.de](mailto:INDOC-FILM@t-online.de) oder per Tel. 089 / 811 46 19 oder FAX 089 / 811 01 73.

Das Buffet wird mit Euro 13,- pro Person pauschal berechnet. Die Getränke gehen auf eigene Rechnung (Sonderpreise).

## MITTEILUNGEN DER REDAKTION

In dieser Ausgabe finden Sie Werbung für folgende Firmen: Accor Hotellerie (Clubfreund Fredrik Nilsson) ADO Marketing Service KG (Adolf Doppelfeld), Wohlfühl Wärme (Kay-Peter Kröger) und Redline Wirtschaft (Almuth Braun).

Und Sie finden ein Bestellblatt für Ihre Werbung, die Sie noch in 4 Ausgaben in diesem Jahr unterbringen können: zum sensationellen Preis 37 Cts pro Leser. Nutzen Sie das Bestellblatt, es stehen nur noch wenige Ausgaben für Beilagen zur Verfügung.



## CONTACT CENTER – MULTIKANALFÄHIGES KUNDENMANAGEMENT

Rückblick auf den Exklusivkreis Internet mit Michael Schweres von CSC Ploenzke AG am 15.05.02

Die Begriffe wie Call Center, Contact Center, Customer Relationship Management, Service Center etc. finden sich häufig bei allen Fragen aktuell um das Kundenmanagement. Dabei sind die einzelnen Bereiche durchaus sehr vielschichtig. Bei dem Exklusiv Internet am 15. Mai 2002 hat Herr Schweres von CSC Ploenzke den Aspekt des Contact Centers besonders beleuchtet. Wie zu erwarten war, sind die wichtigen Voraussetzungen trotz möglicher moderner Technik unverändert. Letztlich hängt an

der Organisation und dem Einsatz der Mitarbeiter der Erfolg und die Zufriedenheit für die Kunden und damit für das Unternehmen.

Dennoch – die sich ständig erweiterten Möglichkeiten durch moderne Technik sind sehr spannend, wenn auch erst vereinzelt anzutreffen. Mit dem sich weiter verstärkenden Einsatz von Internettechnologien bei Kunden werden neue Möglichkeiten in der Kundenbindung möglich. Neben den jeweiligen geschützten Zugriffsrechten auf kundenre-

levante Informationen, wie z.B. Lieferzeiten, Status der Reklamationsbearbeitung etc. wird künftig auch der unmittelbare „Blickkontakt über Telefon/PC/Internet-Lösungen“ möglich sein. Die Kundenbindung, die Kollegen vor Ort durch persönliches Bekanntsein geschaffen haben, kann bis zu einem gewissen Grad und in bestimmten Bereichen durch das Contact Center übernommen, auf jeden Fall aber deutlich unterstützt werden. Gerade im B2B Bereich wird sich diese Art des Kunden- und

Servicemanagements in der kommenden Zeit durchsetzen, wie Teilnehmer aus persönlicher Erfahrung bestätigen. Unternehmen, die diese Technik einsetzen, müssen allerdings mindestens teilweise ihre Organisation darauf abstimmen. Weniger aufgrund der Technik, sondern weil die Menschen und der persönliche Kontakt wieder verstärkt in den Vordergrund rücken. (Karin Paul)



## INTERMEDIALE CONTENT-VERMARKTUNG

Rückblick auf den Exklusivkreis Medien am 10.06.02

Die Referenten Frank Diederichs, Mitglied der Geschäftsleitung Wissen Media Group, und Martin Michel, Geschäftsführer der IP New Media, zeigten bei der von Ulrich Clef moderierten Veranstaltung anhand beeindruckender Charts am Beispiel der Kooperation von wissen.de und dem "Kultquiz" auf RTL ‚Wer wird Millionär‘ die Zukunftsträchtigkeit der intermedialen Content-Vermarktung.

One source - multi channels, das bedeutet der Inhalt einer Quelle wird mehrfach genutzt

und vermarktet. Erst viele verschiedene Kanäle gewährleisten die Refinanzierung. Idealerweise erfolgt die Vermarktung eines Basisinhalts auf unterschiedlichste Weise: im Print- und Digitalbereich, als Zeitung, Zeitschrift oder Buch, als Online Angebot im Internet und Intranet oder mobil abrufbar über WAP, UMTS, PDA. Das Handy als Informationsträger in der Tasche, das Navigationssystem im Auto, interaktives Fernsehen zur Hintergrundinformation oder die CD-Rom als Wissensspeicher.

Ob zu Hause, in der Arbeit oder unterwegs, der moderne Mensch will Informationen greifbar haben – jederzeit und überall. Für die verschiedenen Nutzungswege und Bedürfnisse müssen diese Informationen technisch aufbereitet werden. Cross Media ist hier das magische Schlüsselwort, gerade die Bereiche Internet und Fernsehen werden sich immer weiter annähern und ergänzen. Die Mediengattungen wachsen zusammen, um den Bedürfnissen des Nutzers gerecht zu werden und auf die individuel-

len Ansprüche einzugehen. In den nächsten Jahren wird sich zudem die Informationsbeschaffung mit Hilfe des Handys bedeutend in diese Richtung weiterentwickeln, allerdings wird hier die Devise lauten: Content for pay. Da die Nutzerschaft jedoch heute schon daran gewöhnt ist für diese Art Dienste zu zahlen, wird der Ausbau eines kostenpflichtigen Service laut Prognosen angenommen werden. (Manuela Schroeder)

## DER DEUTSCHE MARKETING-PREIS WIRD AUF DEM MARKETING-TAG IN MÜNCHEN ZUM 30. MAL VERLIEHEN

Interview mit dem Vizepräsidenten des DMV Dr. Kapitza



(Was Sie erwartet)

(Achtung, hier kommt ein Interview ähnlich wie in der Ausgabe 05, auch mit der Kopfgestaltung. Die Fragen liegen vor (siehe nachfolgenden Text), die Antworten leider noch nicht. Das Interview soll mit einem Foto die Seite 3 ausfüllen.)

Am 8. November 2002 wird im ICC München zum 30. Mal der Deutsche Marketing-Preis verliehen

(Text: )

Herr Dr. Kapitza, Sie sind im Präsidium des Deutschen Marketing-Verbandes (DMV) verantwortlich für die jährliche Auslobung und Vergabe des Deutschen Marketing-Preises. Wie wird man Gewinner des Deutschen Marketing-Preises?

-----

Welche besonderen Kriterien

muss ein potentieller Marketing-Preisträger erfüllen. Spielt die Branche eine Rolle, in dem Sinne, dass z.B. nur Konsumgüter Hersteller oder Markenartikler eine Chance haben?

-----

Sicher entscheiden Sie nicht allein, wer Marketing-Preisträger wird. Wie setzt sich die Jury zusammen?

-----

Der Marketing-Preis wird in diesem Jahr zum 30. Mal vergeben. Können Sie uns besonders herausragende Preisträger der letzten Jahre nennen?

-----

Welche Überlegungen haben dazu geführt, in jedem Jahr immer nur einen Preisträger zu nominieren?

-----

Können Sie uns schon verraten, wer in München zum Marketing-Preisträger 2002 gekürt wird?

-----

Ist der Marketing-Preis eigentlich ein materieller Preis oder mehr eine Ehrenausszeichnung

und welche Vorteile bringt er dem Preisträger?

-----

Zum Schluss noch eine sehr konkrete Frage: wann genau wird der Marketing-Preis auf dem Marketing-Tag in München verliehen, das Geheimnis, also gelüftet?

	Thema	Referent/Bemerkungen
Fr/Sa 21./22.06.	München bei Nacht	Tour durch München <i>ausgebucht</i> für Mitglieder und Partner
Do 04.07., 19.00	ERCO: „Licht statt Leuchten – ein Konzept wird virtuell“	Exklusivkreis Kommunikation und Marke nur für Mitglieder
Fr 05.07., 13.30	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 <i>fällt aus</i> Gäste willkommen
Fr 12.07., 12.00	Marketing pur	FGM Tagung Gäste willkommen
Sa 20.07., 18.00	Sommerfest im Panorama-Restaurant auf dem Wallberg	Gäste willkommen
Fr 26.07., 15.00	Neuer Markenauftritt für älteste Brauerei	Brauerei Weihenstephan für Mitglieder und Partner
Mo 16.09., 19.00	Anytime, anywhere Die Welt wird wireless	3 - 4 Kurzvorträge von Anbietern Gäste willkommen
Sa 21.09., 9.00	Radtour auf d. Spuren der Isarflößer	für Mitglieder und Partner
Mo 23.09.	Exklusivkreis Direktmarketing	nur für Mitglieder
Mi 09.10.	Exklusivkreis Internet	nur für Mitglieder
Sa 12.10.	Medientraining für Marketingverantwortliche	Workshop Gäste willkommen
Mi 16.10.	Trends in der TV-Nutzung Was will der Konsument wirklich?	Podium Medientage Gäste willkommen
Mo 21.10.	München Trend-City? Pro und Contra	Podiumsdiskussion Gäste willkommen
So 27.10	Themenorientierte Stadtführung in München	für Mitglieder und Partner
Mo 04.11.	Exklusivkreis Kommunikation und Marke	nur für Mitglieder
Fr 08.11.	30. Deutscher Marketing-Tag in München	Gäste willkommen
Do 14.11.	Exklusivkreis Finanzdienstleistungen	nur für Mitglieder
Fr 15.11.	Marketing in Weiss	Marketing vor Ort bei Fischer Ski für Mitglieder und Partner
Fr 22. – So 24.11.	Skiwochenende Sölden	für Mitglieder und Partner
Mo 25.11.	Exklusivkreis Medien	nur für Mitglieder
Mo 02.12.	Trends in die Zukunft Was uns in den nächsten zwei Jahren erwartet	Dr. Karlheinz Steinmüller Gäste willkommen
Di 10.12.	Exklusivkreis Direktmarketing	nur für Mitglieder
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.

**Nachtrag zum Bericht über die Mitgliederversammlung 2002 im Clubreport 05/02**

**Wahl der Kassenprüfer für das Geschäftsjahr 2002**

Als Kassenprüfer für das Geschäftsjahr 2002 kandidieren die Herren Dubischar von Paleske und Lohmeier, als Stellvertreter Herr Armin Bergs. Sie werden mit drei Enthaltungen per Akklamation gewählt.



**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:	21. Juni 2002
Bürozeiten:	Montag, Mittwoch und Freitag von 9:00 - 11:30 Uhr	Nächste Ausgabe:	30. August 2002
Redaktion:	Reinhard Niggemann, Unternehmensberatung BDU, Forellenstraße 10, 85625 Glonn, Tel. 0 80 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

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, Bernhard Hebel, Hans Kaiser, Andreas C. Kröniger, Dr. Martin Mörike, Petra Müller, Dr. Barbara Niedner, Karin Paul, Dr. Armin Schirmer, Hans Schröter, Prof. Dr. Erwin Seitz