



INNOVATIVES HOTELMANAGEMENT

Marketing vor Ort bei der ArabellaSheraton Hotelmanagement GmbH



Mi 22.01.03,
17:00 Uhr

Als zentrale Dachgesellschaft steuert die ArabellaSheraton Hotelmanagement GmbH übergreifend die Aktivitäten und den wirtschaftlichen Erfolg der Hotels ihrer Gruppe. Service, Innovation und Technologie sind die Kernthemen ihrer strategischen Ausrichtung: um sich

als innovative Hotelgruppe eindeutig zu positionieren, um den Markt gezielt zu durchdringen und kontinuierlich zu wachsen. Unter der Führung der Dachgesellschaft verzeichnen die drei weltbekannten Marken "The Luxury Collection", "Arabella-Sheraton Hotels & Resorts" und

"FourPoints Hotels" national wie international wachsenden Erfolg. In der ersten Veranstaltung des neuen Jahres werden wir erfahren, wie dieser Erfolg erreicht wurde und welche weiteren Aktivitäten die Hotelgruppe plant. Details siehe beiliegende Einladung.

GESUND DURCH MARKETING UNTERNEHMEN – GESELLSCHAFT – INDIVIDUEN

Auftaktveranstaltung für unser Jahresthema 2003



Mo 27.01.03,
18:00 bzw.
19:00 Uhr

In dieser Expertendiskussion zu unserem Jahresthema geht es darum, aus der Sicht verschiedener Fachgebiete den folgenden Fragen nachzugehen: Ist unser Marketing noch gesund, was von dem, was in der marktorientierten Unternehmensführung geschieht, ist unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit vertretbar? Wie weit beachten wir in der Führung unserer Mitarbeiter und im Umgang mit unseren Geschäftspartnern im allgemeinen und mit unseren Kunden im

besonderen solche Faktoren wie Wohlbefinden, Gesundheit, langfristige Erfolge statt hektisch kurzfristige Gewinnmaximierung? Die Teilnehmer am Podium sind ganz bewusst aus sehr verschiedenen Fachgebieten gewählt, um aus ihrer Sicht Erfahrungen positiver und negativer Art zum Thema vorzutragen und Anregungen zu geben, wie wir aus diesem Teufelskreis von Druck, Hektik und Stress in den Unternehmen herauskommen und unsere Arbeit wieder effizienter und

effektiver gestalten können. Die Aufgabe, diese unterschiedlichen Experten unter dem gestellten Thema zusammenzuführen, hat in Michael Harles ein äußerst erfahrener Moderator übernommen.

Beachten Sie bitte, dass diese Veranstaltung besonders auch für Interessenten an den Aktivitäten des Marketing-Club München vorgesehen ist. Gäste sind also besonders willkommen.

EXKLUSIVKREIS INTERNET



Mi 05.02.03,
19:00 Uhr

Bei Redaktionsschluss des Clubreports lagen leider noch nicht die Einzelheiten dieses Exklusivkreises vor. Durch die vielen arbeitsfreien Tage um die Zeit des Jahreswechsels war es nicht möglich, mit dem Referenten dieses Exklusiv-

kreises rechtzeitig die Details verbindlich abzuklären. Wir bitten Sie deshalb, Inhalt, Referent und Veranstaltungsort des Exklusivkreises Internet der beiliegenden Einladung zu entnehmen. Ihr Drucktermin konnte etwas nach hinten ver-

schieben werden, ohne den rechtzeitigen Versand dieser Ausgabe des Clubreports zu gefährden.

*Informationen über weitere
Veranstaltungen siehe Seite 2*

EXKLUSIVKREIS KOMMUNIKATION UND MARKE

Die Marke "Stoiber"



**Mo 10.02.03,
19:00 Uhr**

Wie "verkauft" man Edmund Stoiber? Die Münchner Agentur Serviceplan organisierte die Kampagne des Kanzlerkandidaten. Der Agenturchef Florian Haller wird uns präsentieren, wie eine "Politikmarke"

geschaffen wird und wie sie geführt werden muss. Der Exklusivkreis Kommunikation und Marke findet im Firmengebäude "Haus der Kommunikation" statt. Nach dem Impulsvortrag werden wir diskutieren

und offene Fragen zur Marke Stoiber beantworten. Anschließend gibt es einen geselligen Ausklang in der Cafeteria im Haus der Kommunikation.

PINAKOTHEK DER MODERNE

Führung durch das erfolgreichste Museum der Neuzeit



**Mo 13.02.03,
16:30 Uhr**

Die Pinakothek der Moderne überrascht mit Bildern und Objekten an allen Ecken und Enden. Jetzt, wo der Besucherandrang vielleicht etwas abflaut, laden wir zu einer Exklusivführung für Mitglieder und

Partner des Marketing-Club München ein. Wir planen drei Führungsgruppen in unterschiedliche Bereiche. Sie sollten sich die Gelegenheit einer exklusiven Führung durch

dieses "Centre Pompidou" in München nicht entgehen lassen. Details siehe beiliegende Einladung exklusiv für Mitglieder und Partner.



WAS HAT EINE STRADIVARI MIT FISCHERSKI ZU TUN?

Rückblick auf Marketing vor Ort bei Fischer Ski in Ried/Österreich am 15.11.02



Ein Erfinder untersuchte, warum die Stradivaris aus dem achtzehnten Jahrhundert im Klang unübertroffene Kunstwerke sind. Dabei entdeckte er, dass Stradivari beim Bau einer Geige in vollkommener Weise alle Schwingungen der Saiten mit dem Resonanzkörper harmonisierte. Bei Fischer wurde diese Erkenntnis auf den Skibau übertragen.

Gerald Palm, dem wir diese "Marketing Vor Ort" - Veranstaltung verdanken, hieß uns willkommen und es folgte eine Darstellung des Geschäftsführers Gregor Dietachmayr über die Erfolge, Historie,

die Markenkommunikation und die einzelnen Produktbereiche des Unternehmens. Bei einer Führung durch die Fabrik konnte vom Sandwichverfahren der Rennski bis hin zum berühmten Kronenschliff der Langlaufski jeder einzelne Produktionsprozess direkt an der Werkbank besichtigt werden. Neu war fast allen Teilnehmern

das Engagement in der Entwicklung und Produktion von Composite-Leichtbauteilen für die Luftfahrtindustrie, insbesondere die enge Kooperation mit dem amerikanischen Hersteller Boeing. Es konnten die Herstellung von Kunststoffverkleidungen für Flugzeuge und Helikopter unterschiedlichster Bauart bewundert werden.

Es erwartete uns eine Stadtführung durch Ried mit Empfang beim Bürgermeister Albert Ortig. Bei einer anschließenden ausgiebigen Brotzeit mit den Clubmitgliedern aus Linz, saß man noch fröhlich zusammen und trat erst spät nach Einbruch der Dunkelheit die Heimreise nach München an.
(Klaus Hengstmann)





INNOVATE OR PERISH

Rückblick auf den Vortrag von Dr. Karlheinz Steinmüller am 02.12.02 zum Thema

"Trends in die Zukunft – was uns in den nächsten zwei Jahren erwartet"

"Innovate or perish", das war der Tenor des detaillierten Blicks in die Zukunft, den Dr. Steinmüller in einem äußerst kompetenten und spannenden Vortrag mit uns an diesem Abend machte. Innovieren oder in die Bedeutungslosigkeit versinken, das gilt in den nächsten Jahren nicht nur für Unternehmen, sondern auch für Organisationen und ganze Länder. Dieser Grundsatz gepaart mit der rapiden Schrumpfung und Veralterung bedeutet aus der Sicht des Referenten für Deutschland, dass sich für die Politik und natürlich auch für die Menschen in Deutschland vor allem folgende Aufgabenschwerpunkte ergeben: Förderung der Produktivität und Innovation, Verbesserung der Bildung und lebenslanges Lernen, Umbau der Sozialsysteme

und eine Politik für die Familie sowie eine gesteuerte Immigration (orientiert am Nutzen der Immigranten für die deutsche Volkswirtschaft). Wenn sich hier nichts ändert, so steigen die Renten- und Sozialleistungen massiv, die Innovationsfähigkeit stagniert, das Bruttoinlandsprodukt sinkt und mit ihm der Wert der Aktien und Immobilien. Der Produktivitätszuwachs müsste beispielsweise jährlich mindestens 1,5 % betragen, um den gegenwärtigen Stand zu stabilisieren.

Große Herausforderungen an die Politik, die Unternehmen und an die Menschen, die sich weltweit stellen. Folgt man einer Befragung der 500 größten Unternehmen in der Welt, so zeichnen sich folgende Ent-

wicklungen ab: Fließende, selbstlernende, vernetzte Unternehmen. Eine nachlassende Kundenloyalität mit der Folge, dass der Kundenbindung immer größere Bedeutung zukommt. Eine wachsende Bedeutung des ethischen Verhaltens der Unternehmen und ihrer Repräsentanten. Eine zunehmende Mobilität der aktiven Leistungsträger, die das ebenfalls angestrebte Work – Life – Balancing nicht gerade erleichtert.

Nach wie vor gehen die großen Innovationsschübe von der Informationstechnologie aus. Nach den Zeiten der Kommunikation zwischen den Computern und der Kommunikation der Menschen mit den Computern kommt als nächstes die unmittelbare Kommunikation zwischen Geräten. Und fern am Horizont steht

uns das Ziel vor Augen, die Schwachstellen im Menschen durch Technik zu überwinden: "Improving Man". Es wird jedenfalls daran gearbeitet, was dann wirklich zum Alltag wird, muss sich zeigen, denn "Prognosen sind unsicher, insbesondere, wenn sie die Zukunft betreffen." Die Teilnehmer dieses letzten Vortragsabends im Jahr 2002 waren sich jedenfalls darin einig, dass es für Marketingverantwortliche ein "muss" ist, sich mit den Zukunftsentwicklungen auseinander zu setzen. Deshalb bieten wir nicht nur den Teilnehmern, sondern auch anderen interessierten Marketing-Club Mitgliedern die Möglichkeit an, die Charts von Dr. Steinmüller in der Geschäftsstelle als PDF File zu bestellen.

WICHTIG WICHTIG WICHTIG

MCM INITIATIVE FÜR ARBEITSUCHENDE

Die gegenwärtige konjunkturelle Lage führt dazu, dass auch Mitglieder des MCM plötzlich ihren Arbeitsplatz verlieren und so - oft unvorbereitet - vor der Aufgabe stehen, eine neue Arbeitsstelle zu suchen. Soweit es in unserer Macht steht, wollen wir diesen Kolleginnen und Kollegen mit dem bei unseren Mitgliedern vorhandenen Fachwissen dabei helfen, diese existenzielle Herausforderung zu meistern. In einem kleinen

Kreis von Kollegen haben wir folgende Idee entwickelt: Wir wollen eine Gruppe von Personalberatern / Personalvermittlern aus dem Kreis der MCM-Mitglieder bilden, die grundsätzlich bereit sind, für ein einstündiges kostenloses Coaching Gespräch für interessierte Clubkollegen zur Verfügung zu stehen. Dazu bitte ich in einer ersten Phase die Mitglieder des MCM, die in diesem Arbeitsfeld tätig sind, mit mir Kontakt aufzunehmen. Wir wol-

len dann in einem kurzen Treffen mit Ihnen darüber sprechen, wie aus Ihrer Sicht eine praktische Umsetzung dieses Vorhabens gestaltet werden müsste. Wenn Sie bereit sind, bei dieser Initiative für Arbeitsuchende mit zu machen, rufen Sie mich bitte an oder senden Sie mir ein kurzes Fax oder Mail. Hier sind meine Daten: Reinhard Niggemann (Vizepräsident des MCM), Tel. 08093/1476, Fax 08093/5403,

e-mail: Niggemann.glonn@online.de.

Und hier sind aktuell drei Stellenangebote, die uns bekannt geworden sind: Gesucht wird jeweils ein Marketing-Direktor für eine international tätige renommierte Anwaltskanzlei in Düsseldorf, Frankfurt und Hamburg. Interessenten bitte Details über die o.g. e-mail Adresse erfragen.
(Reinhard Niggemann)

	Thema	Referent/Bemerkungen
Do 16.01.	 Szene Medien Prinz im P1	Exklusivkreis Medien <i>fällt aus</i> nur für Mitglieder
Mi 22.01., 17:00	 Innovatives Hotel-Management	Arabella Sheraton für Mitglieder und Partner
Mo 27.01., 18:00	 Gesund durch Marketing	Podiumsdiskussion zum Jahresthema 2003 Gäste willkommen *
Mi 05.02., 19:00	 Exklusivkreis Internet	Exklusivkreis Internet nur für Mitglieder
Mo 10.02., 19:00	 Die Marke "Stoiber"	Exklusivkreis Kommunikation und Marke nur für Mitglieder
Do 13.02., 16:30	 Führung Pinakothek der Moderne	für Mitglieder und Partner
Mo 10.03.	 Quo vadis Medienstadt München?	Podiumsdiskussion <i>Termin auf 2. Halbjahr verschoben</i> Gäste willkommen
Mo 17.03.	 Exklusivkreis Direktmarketing	nur für Mitglieder
Mi 19.03.	 Event und Marke	Legoland, Günzburg für Mitglieder und Partner
Mo 07.04.	 Mitgliederversammlung	nur für Mitglieder
Mo 10.04.	 Wiederentdeckung der Langsamkeit, Zeitmanagement	Prof. Dr. Karlheinz Geißler Gäste willkommen
Di 13.05.	 Exklusivkreis Internet	nur für Mitglieder
Fr 16. – So 18.5.	 Studienfahrt ins Elsass	nur für Mitglieder und Partner
Mo 26.05.	 Exklusivkreis Medien	nur für Mitglieder
Mo 02.06.	 Mit Marketing zu neuem Wachstum	Dr. Bufe, Dr. Wieandt, Petersheim Gäste willkommen
Mi 25.06.	 MPZ, ein Beispiel für Kulturmarketing	Museumspäd. Zentr. in der Neuen Pinakothek für Mitglieder und Partner
jeweils letzter Mi im Monat	 Junior-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 und durch den monatlich erscheinenden Clubreport.

*** Für alle, die den Marketing-Club München näher kennen lernen wollen, hier noch ein Hinweis:**

Unter dem Motto "Der Marketing-Club stellt sich vor" bieten wir am Rande der Expertendiskussion am Montag, 27. Januar 2003 Gelegenheit zum persönlichen Gespräch mit Vorstand, Beirat und Mitgliedern in einem zwanglosen Get-Together, das um 18.00 Uhr beginnt. Nach der Expertendiskussion laden wir zu einem kleinen Stehempfang ein.

Mitteilungen der Redaktion

Das DMV Seminarprogramm 2003 ist fertig und liegt diesem Clubreport bei. Beachten Sie besonders die zahlreichen Seminare, die in München stattfinden. Mitglieder des MCM erhalten auf alle DMV Seminare eine deutliche Ermäßigung.

Folgende Unternehmen stellen in dieser ersten Ausgabe des Clubreports im neuen Jahr ihre Leistungen mit einer Beilage vor: Comberra (Clubmitglied Bernd Scharrer), multimedia (Ralf Jaeger) und Norbert Müller (Christian Lütgenau). Beachten Sie das Bestellblatt für Werbebeilagen im Jahr 2003. Es sind bereits einige Ausgaben ausgebucht!



MARKETING-CLUB MÜNCHEN e.V.

Geschäftsstelle: Implersstraße 29, 81371 München,
 Angelika Denger, Tel. 089/76 50 28, Fax 7 25 43 55,
 E-mail: info@marketing-muenchen.de,
 Internet-Adresse: 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. 0 80 93/14 76,
 Fax 54 03, E-mail: niggemann.glonn@t-online.de

Versand: 10. Januar 2003

Nächste Ausgabe: 07. Februar 2003

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: Klaus Hengstmann

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