

Sommer, Sonne ... Moment. Sommer schon, aber Sonne? Nach dem Jahrhundertssommer 2003 scheint dieses Jahr Deutschland nicht nur wirtschaftlich die Puste auszugehen. Sei's drum. Unser vier Mal jährlich erscheinender Management-Newsletter blickt wieder optimistisch und wolkenfrei nach vorne mit neustem Management-Wissen, aktuellen Entwicklungen und interessanten Zahlen und Fakten:

1. News und Fakten
2. Management-Wissen
  - >> Special: Sponsoring
3. SpassArbeit

---

1. News und Fakten

>> Softwareeinsatz: 30% sind Raubkopien <<

Bei fast jeder dritten in Deutschland eingesetzten Software handelt es sich um eine Raubkopie. Damit einher geht jährlich ein Verlust von 1,7 Mrd. EUR, so zumindest die aktuellen Zahlen einer von der Business Software Alliance (BSA) in Auftrag gegebenen Studie. Die globale Schadenssumme wird auf knapp 29 Mrd. US-Dollar geschätzt.

Quellen: [www.idc.com](http://www.idc.com), Business Software Alliance (BSA)

>> 29% sind quasi täglich auf Jobsuche <<

85% aller Europäer besuchen regelmäßig Jobseiten. Einer aktuellen Studie von [jobpilot.de](http://jobpilot.de) zufolge suchen 29% aller Berufstätigen täglich nach aktuellen Jobs, ein Drittel mehrmals pro Woche und 22% mehrmals im Monat, während lediglich 15% das Internet eher selten nach einer anderen Stelle durchforsten.

Quellen: [www.jobpilot.de](http://www.jobpilot.de), [www.tomorrow.de](http://www.tomorrow.de)

>> Autokauf: 73% der Käufer nutzen Internet als Informationsquelle <<

Das Internet gewinnt auch beim Autokauf zunehmend an Bedeutung. Ob zum Preis-, Modell- oder Vergleichsvergleich, das Internet liegt bei deutschen Autokäufern mit 73% bereits an zweiter Stelle der wichtigsten Informationsquellen und Entscheidungshilfen. 83% der von tns sofres befragten Teilnehmer nennen den Händler als erste Informationsquelle.

Quelle: [www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com)

>> Autoverkauf: 80% aller Gebrauchtwagen auch online offeriert <<

Aktuell werden bereits 80% aller zum Verkauf stehenden Gebrauchtwagen laut einer Studie des Car-Instituts online offeriert. Um das mühsame Platzieren in mehreren Verkaufsbörsen und die ständig notwendigen Aktualisierungen für Händler zu erleichtern, übernimmt der Dienstleister [www.auto-alligator.com](http://www.auto-alligator.com) deren Betreuung, vom Fotografieren und Einstellen der Autos bis zur Beantwortung von Anfragen via E-Mail.

Quellen: [www.fh-gelsenkirchen.de/fb11/homepages/CAR/index.htm](http://www.fh-gelsenkirchen.de/fb11/homepages/CAR/index.htm),  
[www.auto-alligator.com](http://www.auto-alligator.com)

---

>> Weniger als 2% aller Bürger sind Parteimitglieder <<

Gewerkschaften, Parteien und Verbände nehmen gewichtigen Einfluss auf das Leben der Bürger, ohne jedoch über eine ausreichende eigene Basis zu verfügen. So sind mittlerweile nur noch knapp 2% aller Bürger Mitglied einer Partei und nur noch rund 22% aller Arbeitnehmer Mitglied einer Gewerkschaft.

Quelle: eigene Recherchen

>> Nur 4,7% der Grünen fahren nie Auto <<

Wie eine aktuelle Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen in NRW ergab, fahren knapp 5% aller Grünen-Anhänger niemals Auto. Umweltfreunde eben, möchte man meinen. Ein Vergleich mit den Anhängern der übrigen Parteien jedoch zeigt ein anderes Bild. So fahren beispielsweise 7,6% der CDU-Anhänger nie mit dem Auto und bei der SPD sogar 12,4%.

Quelle: [www.fgw-online.de](http://www.fgw-online.de)

---

## 2. Management-Wissen

>> Sponsoring oder „ich kauf mir Ruhm und Ehr“ <<

Sponsoring wohin man schaut. Die Europameisterschaft ist gerade vorbei, die Tour de France rollt mit Hochgeschwindigkeit durch die Berge und das Olympische Feuer fackelt schon. Es ist Hochsaison für Sponsoren, die allein für die drei genannten Großereignisse ca. 1,9 Mrd. EUR aufwenden. Dabei lassen sich die Aktivitäten der Sponsoren in fünf Schritte untergliedern:

(1) Zielprioritäten: Stehen Image(transfer) und Bekanntheit (Sport-/Programm-Sponsoring), Kontaktpflege und Mitarbeitermotivation (Kultur) oder gesellschaftliche Verantwortung (Soziales/Umwelt) im Vordergrund?

(2) Grobauswahl: Wo bestehen mögliche Verbindungen zu gesponsorten Personen, Organisationen oder Veranstaltungen? Welcher Bezug lässt sich zum Unternehmen und/oder seiner Leistungen herstellen (Produkt- vs. Imageaffinität)? Kann das Thema möglichst exklusiv besetzt werden (wie z.B. Adidas und Streetball) oder betreibt die halbe Branche ähnliche Aktivitäten (vgl. Brauereien und Fußball)?

(3) Feinauswahl: Wie steht es um den Erfolg und die Akzeptanz des Gesponsorten? Wie hoch ist das Involvement der Zuschauer und wie stark die Medienpräsenz? Welche möglichen Risiken bestehen (vgl. z.B. Doping-Skandale im Sport)? Ist eine dauerhaft verlässliche Beziehung (mind. 2-3 Jahre) realistisch (vgl. „Kurzzeitstars“ wie Martin Schmitt und Sven Hannawald)?

(4) Durchführung: Ist das Sponsoring in die übrigen Kommunikationsaktivitäten integriert? Ist für mediale Verbreitung gesorgt (üblicherweise gilt heute die Faustformel: 1 EUR für Sponsoring-Rechte erfordert 2 EUR für die Umsetzung und Bekanntmachung)? Ist man nur einfach „präsent“ oder wird die Person oder das Ereignis zum einzigartigen Markenerlebnis ausgebaut, wodurch die Marke nachhaltig profiliert, der Absatz signifikant gefördert und/oder die Kunden dauerhaft gebunden werden können?

(5) Kontrolle: Erfassung der Medienresonanz (Clippings) bzw. ex Post Befragungen zur Messung von Bekanntheit, Wahrnehmbarkeit der Sponsoring-Botschaft und Erkenntnisse zum Imagetransfer.

Und Events? Während Unternehmen beim Sponsoring nur indirekte Aufmerksamkeit zukommt, da die Person oder das Ereignis im „Rampenlicht“ steht, richtet sich bei Events als besonderen Ereignissen eines Unternehmens das Interesse direkt auf das Unternehmen selbst und/oder dessen Leistungen.

Zahlen und Fakten zu Sponsoring finden Sie unter:

<http://www.markenlexikon.com/markennews.html>

Eine umfassende Präsentation zu Entwicklungen und Perspektiven im Sportsponsoring findet sich unter: <http://www.fh-muenchen.de/fb10/skripten/quitter-sponsoring.pdf>

Fachbuch-Tipp: „Sponsoring und Events im Sport“ von Arnold Hermanns und Florian Riedmüller (2003)

>> Netzwerk-Tipp: Sind Sie schon 'drin? <<

Vielleicht haben Sie schon mal von Stanley Milgrams Studienergebnissen gehört, die besagen, dass jeder Mensch jeden anderen auf der Welt über maximal sechs Ecken kennt. Wenn's für Sie etwas weniger sein darf, dem bieten sich seit kurzem explosionsartig wachsende Netzwerke im Internet an. Sie helfen, andere interessante Menschen kennen zu lernen, zusammenzubringen und die Interessen des eigenen Unternehmens und der eigenen Person zu pflegen. Besonders interessant an den Netzwerken ist es, dass indirekte Kontakte aufgezeigt werden im Stile von A kennt B und B kennt C. Mit Bezug auf B können Sie nun elegant mit C Kontakt aufnehmen. Bei D wird's zwar etwas schwieriger, aber auch hier helfen die Netzwerke „Brücken zu bauen“. Zwei der führenden Beziehungsgeflechte für Manager und Geschäftsleute mit internationaler Erfahrung sind:

<http://www.openbc.com>

<http://www.linkedin.com>

Sowohl der primär auf Deutschland fokussierte „Open Business Club“ mit seinen mehr als 400.000 Mitgliedern als auch „Linked in“ mit mehr als 800.000 Mitgliedern stehen interessierten Managern auch ohne Empfehlung offen.

>> Freizeit-Tipp: 70.000 Veranstaltungen pro Jahr online buchbar <<

Rund 70.000 Veranstaltungen pro Jahr und laufend Tickets zu rund 8.000 Veranstaltungen können jetzt platzgenau im Internet gebucht werden. Bereits rund 40% der Online-Ticketverkäufer und insgesamt mehr als 1.000 Partner im In- und Ausland nutzen den Ticketservice von [www.getgo.de](http://www.getgo.de). Wurden bisher in der gewählten Preiskategorie automatisch die aktuell besten verfügbaren Plätze reserviert wurden, so hält das neue Saalplanbuchungssystem eine grafische Übersicht des jeweiligen Saalplans bereit und zeigt die verfügbaren Plätze an, die der Nutzer direkt selbst online auswählen und erwerben kann.

Quellen: [www.eventim.de](http://www.eventim.de), [www.getgo.de](http://www.getgo.de)

>> Zitat parat: Mehr Schein als Sein ? <<

"Die Welt belohnt den Anschein des Verdienstes eher als den Verdienst selbst"

Francois de La Rochefoucauld, französischer Moralist und Aphoristiker (1613-1680)

Und was meint der britische Schriftsteller Alain de Botton dazu? de Botton:  
„Ja, Status basiert schließlich weniger auf Wahrheit als auf der Meinung der anderen.“

Quelle: Focus, 17/2004

>> Fremdsprachliches Zitat: Käuferlebnis vs. Käufergebnis <<

"You cannot bore people into buying your product"

David M. Ogilvy, britisch-amerikanischer Werbeguru und Gründer von Ogilvy & Mather (geb. 1911-1999)

>> Buch-Tipp: Die 22 unumstößlichen Gebote des Branding <<

Das kompakte 186-Seiten-Buch von Al und Laura Ries zählt mittlerweile zu den Marken-Klassikern. Die 22 kurzweiligen Gebote sind anschaulich geschrieben und gehen von ihrer Intention weit über gutes Markenmanagement hinaus. Gebot 3 beispielsweise lautet: „Sorgen Sie für eine gute Presse“. Und Gebot 7 empfiehlt: „Setzen Sie nicht auf Qualität allein“. Obwohl es sich um ein Fachthema handelt, ist das Buch auch als leichte und doch tiefgründige Marketing- und Markenliteratur für die Standlektüre geeignet. Beim aktuellen Angebotspreis von knapp 10 EUR bei Amazon.de ist das Büchlein zudem auch noch günstig. Ihre Gelegenheit! Marken!

Kostprobe gefällig? Das 16. Kapitel „Wählen Sie ein Logo mit einer Form, die ins Auge springt“ und eine Übersicht über alle 22 Gebote können Sie nachlesen unter [http://www.markenlexikon.com/branding\\_01.html](http://www.markenlexikon.com/branding_01.html)

>> Link-Tipp: Online auf den Geschmack kommen <<

Kochbücher waren gestern. Heute geht's für's nächste Rezept ins Internet. Zwei der bekanntesten Rezept-Portale etwa halten so viele Rezepte bereit, dass wir jeden Tag unseres Lebens etwas neues Kochen könnten. Die lecker aufgemachte Datenbank unter <http://www.chefkoch.de> bietet ca. 21.000 Rezepte und die größte private, dafür aber auch etwas schlichte Rezeptesammlung unter <http://kochbuch.unix-ag.uni-kl.de> sogar mehr als 34.000 „Gourmet-Fahrpläne“. Zum Anbeißen!

>> Kolumne: Wem gehört die Eigenheimzulage? - von Karsten Kilian <<

Nach längerem hin und her ist Anfang 2004 die Eigenheimzulage für Neuimmobilien quasi halbiert worden, während der Zuschuss für Gebrauchtimobilien minimal gestiegen ist. Die Leit- bzw. Kostenträgenden dieser Änderung sind ganz klar der Bauherr bzw. Käufer einer neu gebauten Wohnung.

Weniger offensichtlich ist, was ganz heimlich, still und leise für Anfang 2005 geplant, aber (zum Glück) bislang noch nicht beschlossen ist: Der komplette Wegfall der Eigenheimzulage, auch für Gebrauchtimobilien. Und wer verliert dann hier die Zulage? Der Käufer? Nun ja, es ist schon richtig, er bzw. sie bekommt das Geld vom Staat über acht Jahre verteilt überwiesen, aber ist es wirklich seins bzw. ihres? Weit gefehlt, denn der Käufer reicht die Eigenheimzulage quasi an den Verkäufer des Hauses bzw. der Wohnung weiter. Wenn ab 2005 auf einmal alle Käufer ca. 10.000 EUR (ohne Kinder) bzw. bei 2 Kindern 23.760 EUR weniger „in der Tasche“ (schön wär's!) haben, dürften erwartungsgemäß auch die Preise für Gebrauchtimobilien um 15.000-20.000 EUR fallen, was bei einer Wohnung für 150.000 EUR schnell mal 10% bis 13% des Immobilienwertes ausmacht.

Einzig und allein Besitzer von „Nobelschuppen“ können dem drohenden Komplettwegfall der Eigenheimzulage entspannt entgegen sehen, schließlich bekommen die für ihre Villa in Frage kommenden Käufer schon heute kein Geld vom Staat. Oder vielleicht doch?

---

>> Das politische Zitat: Wahrheit, die weh tut <<

Wir haben im europäischen Vergleich die ältesten Studienabgänger und die jüngsten Pensionäre. Dazwischen wird auch noch am wenigsten gearbeitet.“

Hans Olaf Henkel, ehemaliger BDI-Präsident

---

### 3. SpassArbeit

Wettermäßig und/oder beruflich gefrustet? Sehen Sie's positiv: Lächeln trainiert nur 17 Muskeln, finster dreinschauen dagegen 43! und wenn Sie dann noch mit dem Kopf gegen die Wand schlagen, verbrauchen Sie pro Stunde 150 Kalorien.

>> EM-Nachruf: Auch so tut Fußball weh oder „sprachliche Fouls“ <<

Wenn Fußballspieler philosophisch werden, kommt's Dicke. Manchmal wünscht sich dann auch der Sponsor, er wäre nur Zuschauer:

„Mal verliert man und mal gewinnen die anderen“  
Otto Rehhagel

„Das Chancenplus war ausgeglichen.“  
Lothar Matthäus

„Man muss nicht immer die absolute Mehrheit hinter sich haben, manchmal reichen auch 51 Prozent“  
Christoph Daum

„Hass gehört nicht ins Stadion. Die Leute sollen ihre Emotionen zu Hause in den Wohnzimmern mit ihren Frauen ausleben“  
Berti Vogts

„In einem Jahr hab ich mal 15 Monate durchgespielt“  
Franz Beckenbauer

„Da sind meine Gefühle mit mir Gassi gegangen“  
Jürgen Klinsmann

„Mailand oder Madrid – Hauptsache Italien“  
Andy Möller

„Ich habe ihn nur ganz leicht retuschiert“  
Olaf Thon

„Ich grüße meinen Vater, meine Mutter und ganz besonders meine Eltern“  
Toni Polster

„Es war ein wunderschöner Augenblick, als der Bundestrainer sagte: 'Komm Stefan, zieh deine Sachen aus, jetzt geht's los'“  
Steffen Freund

„Ich sage nur ein Wort: Vielen Dank“  
Horst Hrubesch

---

>> Happy End? Die größten Türkischen Filmklassiker <<

Für konkret krasse türkisch Kollegas und Checker ...Guckst du ... weidaaaaaaa:

#### HERR DER DÖNER I - III

Gökhan verlässt das Auenghetto, um den einen, sagemuwobenen Dönerspieß zu finden, um ihn im finsternen Lande Mürdür einzuschmelzen und sich eine pröllige Goldkette daraus zu schmieden.

#### MURAT ALLEIN ZU HAUS

Die 12köpfige Familie Özgül fahren mit ihren Ford Transit in den Türkeurlaub und vergessen Ihren kleinen Murat zu Hause in der Lagestrasse.

#### CÜSÜBLÜNÇU

Dramatische Liebesgeschichte in der Hümprey Büghürt den legendären Satz sagt: "guckst du misch in den Augen, Aische"

#### AISCHE IM WUNDERLAND

Aische entdeckt das Einkaufsparadies ALDI und trifft dort auf allerlei seltsame Gestalten.

#### Ü.T.

Herzergreifende Story über einen Außertürkischen der verzweifelt versucht nach Hause zu telefonieren, aber keinen Türken findet der ihm ein Handy vertickt (iss halt Science Fiction).

>> Kurioses zum Schluss: Taub für die Zeichen der Zeit ! <<

Die politische Korrektheit hat nun auch taube Menschen und ihre Gebärdensprache erreicht. Ein britischer TV-Spezialsender hat vor kurzem die Verwendung einiger Gebärden untersagt, wie z.B. Beispiel das Zeichen „ein Finger zieht ein Auge zum Schlitz“ für Chinesen, „ein auf die Mitte der Stirn tippender Finger“ für Inder und „eine vor die Stirn gehaltene Faust samt nach oben weisendem Zeigefinger“ als Imitation der preußischen Pickelhaube für Deutsche.

Quelle: eigene Recherchen

Eine schönen, mit etwas Glück strahlend sonnigen Sommer(urlaub)  
wünscht Ihnen Karsten Kilian

P.S.: Weiterempfehlungen erwünscht: Einfach eine E-Mail an [management.news@web.de](mailto:management.news@web.de) senden mit Betreff „Newsletter abonnieren“.

---

© 2004 Karsten Kilian - Irrtümer vorbehalten. Für Fehler wird nicht gehaftet.

Kontakt:      Tel.: 09343 / 50 90-31  
                  Fax: 09343 / 50 90-32  
                  Mail: [info@markenlexikon.com](mailto:info@markenlexikon.com)  
                  Internet: [www.markenlexikon.com](http://www.markenlexikon.com)