

# Inhalt



14

**Im Interview:** Dieter Burmester baut Luxus-Audiosysteme. Seine HiFi-Anlagen erweisen sich in der Krise als sicher und preisstabil.



24

**Titelstory Lizenzen:** Von Batman bis Bugs Bunny – mit Lizenzen etwa von Comicfiguren lassen sich gute Geschäfte machen.



34

**Tourismus-Marketing:** Trotz Krise wollen die Deutschen nicht auf den Urlaub verzichten. Profiteur: das Reiseland Deutschland.



92

**Kundenmanagement:** Bessere mobile Endgeräte wie Apples iPhone erleichtern dem Außendienst die Einbindung in CRM-Systeme.

## Global Marketing

### 8 NEWS

Ikea richtet Oval Office ein / Wachstumschancen im Handel / Gewinner der globalen Krise / Weltweite Vorbilder / Deutsche Handelsformate sind ein Exportschlager / Change & Challenge / Cartoon

### 14 INTERVIEW

Kompletanlagen seiner klangvollen Audiosysteme können schon mal 250.000 Euro kosten. Dennoch nennt Dieter Burmester die Produkte seines mittelständischen Unternehmens preiswert und wertbeständig, weil seine Anlagen langlebig sind und allerhöchsten Musikgenuss bieten. Demnächst liefert er auch Soundsysteme für ein Gefährt der Luxusklasse, für den Porsche Panamera.

### 20 BRIEF AUS AMERIKA

Auch die Luxusbranche in den USA spürt die Krise. Viele sparen – nicht weil sie es müssen, sondern weil es chic ist. Die Händler möchten in dieser Lage aber keine Preiszugeständnisse machen. Stattdessen setzen sie alles daran, um mit Zusatzleistungen ihre Kunden zu halten. Dabei sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt.

### 22 BRIEF AUS CHINA

Auch wenn die Chinesen auf dem Weltmarkt nach vorne drängen, ist kreatives Marketing (noch längst) nicht ihre Sache. Doch immer mal wieder gibt es rühmliche Ausnahmen. Ein Beispiel dafür lieferte jüngst die Huaxia Bank. Sie kreierte eine Kreditkarte für die als besonders zahlungskräftig geltende Zielgruppe der „Zweitfrauen“ – in China durchaus ein akzeptiertes Statussymbol einflussreicher Männer.

## Titelstory

### 24 LIZENZEN

Figuren wie die aus dem „High School Musical“ oder Comic-Helden aus der Disney-Werkstatt erweisen sich als starke Brands, die sich auch auf andere Produktwelten übertragen lassen. Lizenzen auf diese Marken bieten meist gute Gewinnchancen. Allerdings nicht in jedem Fall. Es gibt auch Risiken, die beachtet werden müssen.

## Strategie & Innovation

### 32 NEWS

Die Krise als Innovationsmotor / Prioritäten richtig setzen / Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil / Geomarketing 2009 / Innovationskraft treibt Schwarzkopf / Buchtipp

### 34 TOURISMUS-MARKETING

Die Reisebüros sind leer, die Buchungslage mau. Dennoch: Die Deutschen wollen auch im Sommer 2009 nicht auf Urlaub verzichten. Profiteur ist ein Nahziel: Deutschland.

### 38 KOMMENTAR

Striktes Top-Down-Management kann sich kontraproduktiv auswirken. Fehleinschätzungen multiplizieren sich, Best Practices an der Unternehmensbasis gehen verloren.

### 40 PREISMANAGEMENT

Für bislang kostenlose Leistungen einen Preis zu fordern kann zu zusätzlichen Erlösen führen. Ohne dabei einige Regeln zu beachten, stößt das Vorhaben auf Unverständnis.

### 44 MARKENFÜHRUNG

Die meisten Spielregeln für den deutschen Pharmamarkt werden von der EU-Kommission bestimmt. Der Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie reagierte darauf mit einem eigenen Büro in Brüssel.

## Media & Kommunikation

### 48 NEWS

Verhaltenskodex für Internetwerbung / BGH verurteilt Entscheidung über Keywords / Hospitality als Kommunikationsplattform / Einzelhandel treibt Plakatmarkt / Buchtipp

### 51 SCHWERPUNKT ZIELGRUPPE FRAUEN

Der Kampf um die Auflagen von Frauenzeitschriften geht weiter. In einer Zeit, in der Verunsicherung auf die Konsumlust drückt, haben es die Verlage besonders schwer. Noch in diesem Jahr droht eine Marktberingung. Die Verlage überprüfen daher ihre Portfolios und investieren in den Ausbau ihrer Kernmarken im Internet.

### 60 KREATION

Schaufenster ködern Kunden nicht nur mit simplen Waren auslagen, sondern mit ganzen Inszenierungen.

### 64 AUSSENWERBUNG

Das Jahr 2009 steht im Zeichen des Vertriebs. Abverkaufskampagnen werden dabei Imagekampagnen ablösen ... eine Chance für die Außenwerbe-Unternehmen, auch in Krisenzeiten weiter zu wachsen.

### 86 MESSE

Die Cebit hat eine wechselvolle Geschichte hinter sich gebracht – von der Hype-Messe bis zu einer Veranstaltung, die normalen Regeln unterliegt.

## CRM & Vertrieb

### 90 NEWS

Integration bei Contact Centern / Vereinbarungen contra Vorgaben / Prepaid-Karten bergen Potenzial / Schwieriger Markt Indien / Leitlinien für Callcenter / Technik für Kinder

## 92 KUNDENMANAGEMENT

CRM-Systeme entwickeln sich rasant weiter und bieten dem Außendienst völlig neue Möglichkeiten. Kundenbeziehungsmanagement von morgen ist emotional, mobil, nutzt Web 2.0 und ist für kleine Firmen erschwinglich.

## Marketing Life

### 106 KARRIERE

Die Wirtschaftskrise ist auch schon auf dem Arbeitsmarkt angekommen. Marketing und Vertrieb bleiben davon nicht verschont. Dennoch: Wer Karriere machen will, muss auch einen Jobwechsel ins Kalkül ziehen.

### 110 EVENTS

World of Events / Best Brands 2009 / M-Days / 9. Internationales Car-Symposium

### 114 KOLUMNE

Nach diversen Skandalen ist Datenschutz das Thema der Stunde. Dabei findet unser Kolumnist Vince Ebert das alles gar nicht so schlimm: Mit seinen Bankdaten geht er ganz offen um – und er akzeptiert jede Überweisung.

## Standards

### 3 EDITORIAL

### 6 RESPONSE

### 85 ABSATZWIRTSCHAFT ONLINE

### 97 DEUTSCHER MARKETING-VERBAND

### 112 IMPRESSUM