

Es herbstet sehr und Weihnachten kommt mit schnellen Schritten näher. Karstadt & Co. freut's! Vielleicht verfällt ja der ein oder die andere wenigstens zum Jahresende noch in einen (kleinen) Kaufrausch und hilft damit der Binnennachfrage wieder in Fahrt zu kommen. Wir informieren Sie auf jeden Fall mit unserem vierten und letzten Management-Newsletter für 2004 wieder über neustes Management-Wissen, aktuellen Entwicklungen und interessanten Zahlen und Fakten:

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

---

#### 1. News und Fakten

>> Druckertinte für 1.700 EUR pro Liter <<

Wen hätte es überrascht, dass Druckerhersteller wie HP, Epson und Canon einen Großteil ihres Gewinns nicht mit den Druckern selbst, sondern mit überteuerten Tintenpatronen verdienen? Dem Wirtschaftsmagazin „Economist“ zufolge kostet ein Liter Tinte ca. 1.700 EUR und damit mehr als viele prämierte Weine und ein Großteil teurer Parfüms. Die Umsatz- und Gewinnzahlen von HP verdeutlichen das profitable Geschäftsmodell. Bei einem Umsatzanteil von knapp 30% (davon ca. 50% durch Tintenpatronen) erwirtschaftet der Bereich „Imaging and Print“ etwas mehr als 75% des Gewinns.

Quelle: [www.economist.com](http://www.economist.com) , [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de), eigene Recherchen

>> ca. 70.000 Tagebücher (Weblogs) im Internet <<

Unternehmensverantwortliche schenken so genannten Internettagebüchern (Online-Tagebüchern), auch Blogs oder Weblogs genannt, zunehmend Aufmerksamkeit, da sie sich zu einem wichtigen Instrument des Publizierens und Diskutierens im Internet entwickeln und reichlich Potenzial für Marketing und PR bieten. Einer aktuellen Studie von Berlecon Research zufolge wächst die Zahl der aktuell 60.000 bis 75.000 "Blogger" (Weblog-Autoren) monatlich um ca. 15%.

Weitere Informationen zum Thema Blogging finden Sie unter [http://www.markenlexikon.com/news\\_2004\\_4.html#Weblogs](http://www.markenlexikon.com/news_2004_4.html#Weblogs)

Quellen: [www.berlecon.de](http://www.berlecon.de), eigene Recherchen

>> Nur 9% der Fortune 100 betreiben Suchmaschinen-Marketing <<

Weniger als 10% der Fortune 100 Unternehmen nutzen einer aktuellen Studie von Oneupweb ernsthaft Möglichkeiten der Suchmaschinenoptimierung. Während 47% nur verhalten Gebrauch machen, nutzen 44% der Fortune 100 Unternehmen Suchmaschinenoptimierung überhaupt nicht.

Dabei sind das Einfügen von Keywords, die Anpassung der Seitentitel und viele weitere Tricks und Kniffe meist einfach und schnell zu realisieren. Eine neue kostenlos erhältlicher Best Practise Guide (Nr. 10) des Direktmarketing-Verbandes (DDV) hilft weiter:

[http://www.ddv.de/shop/ddv/index\\_ddv\\_cat01.php](http://www.ddv.de/shop/ddv/index_ddv_cat01.php)

(Download direkt via <http://www.competence-site.de/marketing.nsf>)

Quellen: [www.oneupweb.com](http://www.oneupweb.com), [www.ddv.de](http://www.ddv.de)

>> 43% der Manager ohne Hochschulabschluss <<

Einer aktuellen Studie der Personalberatung HiTec zufolge ist ein Studium keine Grundvoraussetzung für eine Management Karriere. Der Befragung unter 500 Managern zufolge verfügen nur 35% von ihnen über einen Hochschulabschluss und 21% können sowohl eine Lehre als auch ein Studium vorweisen, wobei die durchschnittliche Berufserfahrung 13 Jahre beträgt.

Quelle: [www.hitec-consult.de](http://www.hitec-consult.de)

>> 28% der Deutschen sind Online-Banker <<

Der neuen Allensbacher Computer- und Technik-Analyse 2004 zufolge erledigen aktuell mehr als ein Viertel und damit 14,34 Mio. der 14- bis 64-jährigen ihre Bankgeschäfte online. 2001 waren es noch lediglich 9 Mio. bzw. knapp 18% dieser Altersgruppe.

Quelle: [www.ifd-allensbach.de](http://www.ifd-allensbach.de)

>> 52.000 Stellen weniger im Bankengewerbe seit 2001 <<

Nachdem bereits in den letzten 3 Jahren mehr als 52.000 Stellen weggefallen sind sollen einem Vorstandsmitglied der Deutschen Bank zufolge bei deutschen Banken langfristig bis zu 150.000 weitere Stellen wegfallen, und damit rund ein Drittel der aktuell noch 450.000 Jobs

Quellen: [www.focus.de](http://www.focus.de), [www.deutsche-bank.de](http://www.deutsche-bank.de)

>> 46 Mrd. EUR für Bürokratie <<

Rund 2.000 Gesetze, 3.000 Rechtsverordnungen und 85.000 Einzelvorschriften sorgen einerseits für Arbeitsplätze auf den Ämtern, andererseits allein im Jahr 2003 für rund 43 Mrd. EUR zusätzlicher Kosten für Unternehmen. Umgerechnet auf den einzelnen Mitarbeiter beläuft sich der Zeitaufwand auf rund 22 Std. pro Jahr.

Übrigens: Sollten die Initiativen gegen die wuchernde Bürokratie fruchten und sich z.B. der Aufwand knapp unter den Wert von 1994 reduzieren lassen, als rund 30 Mrd. EUR Mehrkosten durch Bürokratie und damit 16 Std. pro Mitarbeiter und Jahr anfielen, hätten Unternehmen einen produktiven Tag pro Jahr gewonnen und der Staat könnte sich auf mehr Wachstum freuen, auch ohne Streichung eines Feiertags!

Quellen: [www.capital.de](http://www.capital.de), [www.ifm.de](http://www.ifm.de), eigenen Recherchen

---

## 2. Management-Wissen

### >> Magalogs oder die Hochzeit von Magazin & Katalog <<

Nachdem sich Kataloge mit Magazincharakter, so genannte Magalogs (eine Wortkreation aus den Begriffen "Magazin" und "Katalog") in den USA bereits vor einigen Jahren etabliert haben, sind die Kombinationen aus Produktkatalog mit Preisen und Herstellernachweisen sowie redaktionellen Beiträgen auch bei uns seit kurzem auf dem Vormarsch.

Zu den aktuellen Beispielen dieser Einkaufsmagazine in Deutschland zählen "Woman Shopping" von Gruner + Jahr, das vor einem Jahr mit einer Auflage von 100.000 bei einem Preis von 1,95 EUR gestartet ist, "Shop&Style" vom Bauer-Verlag, das erstmals im Frühjahr dieses Jahres offeriert wurde und ein „Magalog-Supplement“ in der September-Ausgabe der Zeitschrift „Freundin“ des Burda-Verlages. Allen drei Initiativen gemeinsam ist, dass sie auf die laut Allensbacher Werbeträger-Analyse ([www.awa-online.de](http://www.awa-online.de)) rund 6 Mio. einkaufsbegeisterten Frauen in Deutschland abzielen. Waren die Grenzen zwischen Werbung und redaktionellem Inhalt bei den meisten Frauenzeitschriften bereits teilweise fließend, so sind mit den Magalogs die Grenzen endgültig gefallen.

Aber nicht nur das, sondern die gesamte Zeitungs-, Zeitschriften- und Katalogbranche befindet sich im Umbruch. So sehen sich TV-Programmzeitschriften zunehmend kostenlosen TV-Programmheften gegenüber. Die Deutsche Post verteilt in Kombinationen mit Werbeprospekten die TV-Zeitschrift „Einkauf Aktuell“ (Auflage: 5 Mio.), viele Tageszeitungen liefern Fernsehprogramme frei Haus (z.B. „Prisma“ durch die „Kölnische Rundschau“) und digitalen Fernsehzeitschriften (z.B. [www.tvgenial.com](http://www.tvgenial.com)) lassen sich bequem im Internet herunterladen.

Allein „Einkauf aktuell“ gefährdet dabei nicht nur die kostenpflichtigen TV-Programmzeitschriften, sondern bringt durch die Kombination der kostenlosen Zeitschrift mit Werbeprospekten die Zeitungsbranche in Bedrängnis, die um 580 EUR Umsatz fürchtet, die sie jährlich mit Beilagen zur Ihren Publikationen erzielt. Ähnlich fürchten Anzeigenblätter um 520 Mio. Umsatz, immerhin ein Drittel ihres Gesamtumsatzes.

Demgegenüber gehen Zeitungen zunehmend neue Wege. Während die Süddeutsche Zeitung mit ihren 50 Romanen des 20. Jahrhunderts für 4 EUR je Buch einen Erfolg landete, vertreibt die Bild-Zeitung ihre Boulevardblatt seit einigen Monaten erfolgreich bei Burger King und McDonald's (vgl. unsere News der Ausgabe Q2/2004).

Auch die Kataloge der Reisebranche wandeln sich. Dertour, Marktführer für Städtereisen in Deutschland beispielsweise brachte im April erstmals einen Magalog über Hamburg heraus, der in Zusammenarbeit mit der Stadt Hamburg erstellt und in ausgewählten Detour-Reisebüros sowie in 1.000 Friseursalons erhältlich ist. Allein die Top-Anbieter investieren jährlich 50 bis 70 Mio. EUR in ihre Reisekataloge, die nicht selten mehr als 1 EUR je Exemplar kosten. Im Oktober ist FTI Touristik deshalb z.B. auf eine „Schmalversion“ umgestiegen (Auflage 10 Mio.), die ohne große Bilder und Erklärungen auskommt und dem Reiseunternehmen bis zu 4 Mio. EUR Einsparungen bringen dürfte. Und „Stop over Reisen“ konnte mit „Pocket-Ausgaben“ der eigenen Kataloge den Umsatz um 8% steigern.

Auch die „Platzhirsche“ im Kataloggeschäft, IKEA (Auf. 30 Mio. allein in Deutschland) und die führenden Direktversender Quelle (22 Mio.), Otto (20 Mio.) und Neckermann (14 Mio. Kataloge), stellen ihre Hauptkataloge in Zeiten des Internets zunehmend in Frage. Eine Branche mitten im Wandel!

Aber noch gibt es sie reichlich, die Kataloge; jeweils mehr als 2000 Kataloge von A bis Z finden Sie unter: <http://www.katalog-kiosk.de> und <http://www.ihrkatalog.de>

Und auch Magazine und Fachzeitschriften gibt es (noch) mehr als genug: Mehr als 2.800 davon finden Sie unter <http://www.fachzeitschriften-portal.de> und über 1.000 unter <http://www.fachzeitung.com>

Weiterführende Informationen zu Magalogs finden Sie unter [http://www.markenlexikon.com/news\\_2004\\_4.html#Magalogs](http://www.markenlexikon.com/news_2004_4.html#Magalogs)

>> Zitat parat: Waghalsige Gewinner! <<

"Wer nichts Neues ausprobiert,  
landet immer an der gleichen Stelle."

Jan Boklöv,  
ehemaliger Skispringer und Erfinder des V-Stils

>> Fitness-Tipp: Spannender Job, verspannter Körper <<

Wer wie ein Großteil der rund 17 Mio. Büroarbeiter in Deutschland viel am Schreibtisch sitzend arbeitet, sollte reichlich Sport treiben, sagt man. Wer jedoch dazu noch erst spät abends nach Hause kommt, hat hierzu verständlicherweise nur noch selten Lust. Warum also nicht gleich während der Arbeitszeit für Ertüchtigung sorgen und fit (!) bleiben? Bedenkt man, dass rund 30% aller Krankmeldungen im Job von Problemen mit dem Muskel-Skelett-System kommen, wird klar, dass sich auch der Arbeitgeber über Ertüchtigung am Arbeitsplatz freuen sollte, zumal dies möglich ist, ohne den Arbeitsplatz zu verlassen – mit Bildschirmschonern als Rücken-trainer:

<http://www.hobbythek.de/dyn/12553.phtml>

[http://www.bkk.de/bkk/powerslave\\_id,367,nodeid,367,p,.html](http://www.bkk.de/bkk/powerslave_id,367,nodeid,367,p,.html)

<http://www.bayernaktiv.de/de/left/projekte/fitness/bildschirmturner/bildschirmturner.htm>

Und wer sicherstellen möchte, dass sein Arbeitsplatz nicht zu den 5 Mio. mangelhaften Büroarbeitsplätzen gehört, der kann sich in der Broschüre "Wohlbefinden im Büro" u.a. darüber informieren, wie der perfekte Bürostuhl aussehen sollte:

<http://www.baua.de/down/wohlfefinden.pdf>

>> Passwort-Tipp: Buchstaben- und Ziffernkombination sind sicherer <<

Sie glauben, Ihre Passwörter seien sicher? Verwenden Sie ev. den Name Ihres Partners oder der eigenen Kinder? Dann sind Sie in guter, aber unsicherer Gesellschaft, wie die folgende Liste der gebräuchlichsten Passwörter verdeutlicht:

23% = Namen der Kinder

19% = Namen des Partners

12% = Geburtstage

09% = Fußballvereine

09% = Prominente/Musikgruppen

09% = beliebte Orte

08% = Eigennamen

08% = Haustiere

---

Für unbeschwertes Surfen im Internet sollten Sie deshalb die oben genannten Standard-Passwörter sowie sämtliche Wörterbuch-Begriffe vermeiden. Stattdessen sollten Ihre Passwörter

- (1) aus einer Kombination von Buchstaben, Ziffern und Sonderzeichen bestehen
- (2) mindestens 8 Stellen lang sein (je sensibler, desto länger!)
- (3) jeden Monat abgeändert werden

Quelle: [www.focus.de](http://www.focus.de)

>> Fremdsprachliches Zitat: For a change! <<

"Change is inevitable; growth is optional."

Blaine Lee  
Managementberater

>> Buch-Tipp: Nicht nur für Werbehasser! <<

Neununddreißig für 6,99 EUR? Soviel kostet der mit unzähligen genialen, zitierfähigen Sätzen gespickte Abrechnungsroman von Frederic Beigbeder über die Werbebranche. Unterhaltsam und witzig am Roman sind nicht nur die unzähligen klar formulierten, aphorismenhaften Gedanken, die weniger die Werbebranche als solche betreffen, als vielmehr unsere Gesellschaft als ganzes, sondern auch die locker flockig-leicht erzählten Bekenntnisse des Octave P., die das Leseerlebnis von „99 Francs“, so der französische Originaltitel, zu einem Wahnsinnsausflug in die schrille, durchgedrehte Werbebranche machen. Der mehrfache Wechsel der Erzählperspektive gibt der Story einen zusätzlichen Dreh und trägt dazu bei, den Roman über „the guilty“ zu dem zu machen, was er ist: Lustig, lüstern, lästernd, lakonisch, liebenswert!

>> Link-Tipp: 350.000 Hotelbetten im Internet <<

Mehr als 350.000 Hotelbetten weltweit lassen sich über die 4 führenden Hotelportale in Deutschland buchen. Marktführer [www.hrs.de](http://www.hrs.de) bietet rund 130.000 Hotels aller Preisklassen, dicht gefolgt von [www.hotel.de](http://www.hotel.de) mit etwa der gleichen Anzahl an Häusern, wobei vorab eine Anmeldung erforderlich ist. Rund 60.000 Hotels und Unterkünfte für Geschäfts- und Urlaubsreisen bietet das Portal [www.derhotel.com](http://www.derhotel.com), während [www.hotellerie.de](http://www.hotellerie.de) rund 30.000 Hotels weltweit im Programm führt.

>> Das politische Zitat: Macht stark sein blind? <<

„Die Hauptstärke in Deutschland sind die Deutschen selbst.  
Nur: Sie wissen es nicht.“

Fred B. Irwin,  
Präsident der US-Handelskammer in Deutschland

>> Kolumne: Werbebeschränkung? Geschenk! - von Karsten Kilian <<

Seit der vor kurzem vorgenommenen Neuregelung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) darf für direkte Werbung wie z.B. Telefonmarketing oder Fax- und E-Mail-Werbung nicht mehr auf frei zugängliche Quellen zurückgegriffen werden (vgl. Kap. 1, § 7 Unzumutbare Belästigungen: <http://transpatent.com/gesetze/uwg.html#7>). Hierzu zählen insbesondere Telefonbücher, Branchenverzeichnisse, Handelsregister und Webverzeichnisse. Stattdessen ist laut UWG direkte Werbung nur noch zulässig, wenn die schriftliche Einwilligung der angesprochenen Personen vorliegt.

---

Und was bringt das Gesetz dann tatsächlich? Zunächst einmal Mehrkosten für alle werbetreibenden Unternehmen, denn ab sofort müssen Adressen entweder über kommerzielle Adresshändler erworben (wobei nicht immer ganz klar ist, woher diese ihre Adressen beziehen) oder eigene Marketingkampagnen zur Adresssammlung wie z.B. Preisausschreiben und Gewinnspiele initiiert werden.

Darüber hinaus wirkt das Gesetz in Zeiten globalen Wettbewerbs wie ein Überbleibsel aus längst vergangenen Tagen. Spätestens beim nächsten Blick ins eigene E-Mail Postfach wird auch dem letzten klar, wie die Realität aussieht: Werbemüll aus aller Welt. Dank UWG bleibt die „gute“ Werbung von seriösen Unternehmen „aus der Heimat“ zunehmend außen vor; die „schwarzen Schafe“ aus den USA, von den Bermudas oder in China interessiert unser nationales Gesetzchen eh' nicht. Warum auch? Geschenk!

P.S.: Dafür bleiben heute bereits bis zu 20% aller in Deutschland verschickten E-Mails fälschlicherweise im Spamfilter hängen. Was Gesetze nicht schaffen, scheint auch technologische Lösungen nicht zu gelingen, noch nicht.

---

### 3. SpassArbeit

>> Wer hat's gewusst? Der Japaner! >>

Der Seminarleiter auf einem Manager-Seminar mit 30 Herren und Frauen aus der mittleren Führungsebene am letzten Seminartag: "Meine Herren, zum Schluss wollen wir noch ein bisschen Allgemeinbildung betreiben. Mal sehen, was Sie so drauf haben? Also, ich nenne ein klassisches Zitat, Sie sagen mir, wer es wo und wann gesagt hat." Er beginnt: "Vom Eise befreit sind Strom und Bäche..." Keiner weiß es. Da meldet sich ganz hinten ein kleiner Japaner: "Johann Wolfgang von Goethe, Faust, Osterspaziergang, 1806!"

Die Teilnehmer murmeln anerkennend. Nächste Frage: "Der Mond ist aufgegangen, die goldenen Sternlein prangen..." Und wieder, wie aus der Pistole geschossen, der Japaner: "Matthias Claudius, Abendlied, 1779!" Die Manager schauen peinlich berührt zu Boden. Der Seminarleiter: "Fest gemauert in der Erden..." "Schiller", strahlt der Japaner, "Das Lied der Glocke, 1799!"

Jetzt finden es die Manager langsam ärgerlich. Murmelt einer in der ersten Reihe: "Scheiß Japaner!" Wieder ertönt die Stimme von hinten: "Max Grundig, CeBIT, 1982!"

>> Teuflich gut: Ein Chef aus Stahl <<

Der Boss des Stahlkonzerns ist gestorben. Er kommt in die Hölle. 2 Wochen später klingelt es am Himmelstor. Petrus öffnet und der Teufel steht da und sagt "Nimm mir bloß den Stahlboss ab. Er hat schon 3 Öfen stillgelegt und den Rest auf Kurzarbeit gesetzt."

>> Wenn das Wörtchen wenn nicht wer <<

Einen Toast(er) auf Oracle-isch

Wenn Oracle Toaster herstellen würde, dann würden sie behaupten, ihr Toaster wäre mit allen Marken und Arten von Brot kompatibel, aber wenn Sie ihn zu Hause haben, werden Sie feststellen, dass die Back-Maschine noch in der Entwicklung steckt, die Croissant-Extension in 3 Jahren kommen wird und das gesamte Gerät nur Rauch erzeugt.

---

Sun-isch

Wenn Sun Toaster herstellen würde, dann würde der Toast oft verbrennen, aber sie würden eine hervorragend gute Tasse Java bekommen.

Xerox-isch

Wenn Xerox Toaster herstellen würde, könnte man entweder ein- oder zweiseitig toasten, und alle nachfolgenden Scheiben würden heller und heller werden. Aber der Toaster würde das Brot für Sie auch pressen.

>> Kurioses zum Schluss: Reif für die Insel! <<

Unsere Freunde „von der Insel“ sind uns mal wieder Meilen voraus. In Irland startete vor kurzem ein Kunstprojekt, das die Idee von mobilen Netzwerken auf die Spitze treibt. Mittels Bluetooth-Regenschirmen sollen Personen bei Regen chatten und Daten austauschen können, wobei beim Öffnen des Netzwerk-Schirmes automatisch das Regenschirmnetzwerk kontaktiert wird. Sicherlich ist es nur eine Frage der Zeit, bis auf diese Weise auch in Deutschland der „aktuelle Wasserstand“ flächendeckend und pünktlich zum Regenguss erfasst werden kann.

Und wem das noch nicht reicht, der sollte seine Kinder auf die Sunnybank-Privatgrundschule in der englischen Grafschaft Lancashire schicken. Denn dort können sich Eltern ab sofort ins Schulnetzwerk einloggen und ihren Kindern via Webcam beim Lernen im Klassenzimmer zuschauen. Vielleicht ist das ja auch ein Weg für manche Eltern, eigene Bildungsdefizite noch nachträglich auszugleichen, ohne selbst noch Mal offiziell die Schulbank drücken zu müssen, ein Mausklick reicht!

Quellen: [www.undertheumbrella.net](http://www.undertheumbrella.net), [www.teletoddler.co.uk](http://www.teletoddler.co.uk)

Eine frohe Vorweihnachtszeit und einen gelungenen Jahresabschluss  
wünscht Karsten Kilian

P.S.: Weiterempfehlungen erwünscht: Senden Sie uns einfach  
eine E-Mail 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)