



CLUBREPORT
SEPTEMBER2008

Damit Berichte etwas berichten:
„SUCCESS – der Schlüssel zur
erfolgreichen Geschäftskommuni-
kation“



ZUMINHALT

- > VORWORT S 3
- > VORTRAG S 4
- > ZUM THEMA S 9
- > DIE ANWESENDEN S 10
- > CLUB INTERN S 11
- > NETWORK S 13
- > TIPPS KULTUR S 16

DAS VORWORT

Liebe MCL-Mitglieder,

beim ersten Clubabend nach der Sommerpause waren wir zu Gast im Landestheater Linz und hatten die einmalige Gelegenheit, im wahrsten Sinn des Wortes „hinter die Kulissen“ zu schauen: Im eindrucksvollen Ambiente des Malersaals, mitten zwischen Farben und anderem Arbeitsmaterial, gab Geschäftsführer Dr. Thomas Königstorfer einen interessanten und informativen Einblick in den Theaterbetrieb und den derzeitigen Status des Musiktheaters. Als Hauptredner des Abends hielt anschließend Dr. Rolf Hichert, Geschäftsführer der HICHERT+ PARTNER AG, einen tollen Vortrag über die Kunst, Berichte so zu gestalten, dass sie auch jemand lesen will. Er erwies sich dabei als äußerst spritziger Referent, der es verstand, wertvolles Wissen und gute Tipps mit viel Humor zu präsentieren.



Im Juni haben wir auf die Veranstaltung „Industrie trifft Marketing“ hingewiesen. Diese gemeinsame Veranstaltung des MCL mit der Industriellenvereinigung OÖ unter der Patronanz von Landeshauptmann Pühringer wurde aus Termingründen auf das erste Quartal 09 verschoben. Den neuen Termin geben wir Ihnen natürlich sobald wie möglich bekannt.

Zum Schluss noch ein Hinweis in eigener Sache: Am 24. Oktober findet das Österreichische Marketing Forum Linz 2008 statt, auf das wir alle schon höchst gespannt sind. Sollten sie sich noch nicht angemeldet haben, tun Sie das möglichst rasch – die Teilnehmerzahl ist bereits so hoch, dass es kaum noch freie Plätze gibt. Ich denke, im Angesicht der derzeit weltweit diskutierten Finanzkrise und deren Folgen ist das Thema des Forums ganz besonders brisant und hoch aktuell.

Ich freue mich auf ein Wiedersehen im Design Center!

Ihr

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'P. Bruckmüller'.

DI Peter Bruckmüller
Präsident Marketing Club Linz

DER VORTRAG

„Damit Berichte etwas berichten“

„SUCCESS – der Schlüssel zur erfolgreichen Geschäftskommunikation“

Wer kennt die Situation nicht: langweilige Geschäftspräsentationen und umfangreich gestaltete Managementberichte. Warum erlangen die Verfasser oft nicht die gewünschte Aufmerksamkeit? Und warum sagen viele Empfänger, dass sie die erhaltenen Berichte gar nicht lesen? Prof. Dr. Rolf Hichert, Geschäftsführer der HICHERT+PARTNER AG, präsentierte in seinem Vortrag Ansätze zu Verbesserungen zu

diesem für beide Seiten unerfreulichen Zustand.

Als Gastgeber im Landestheater Linz erörterte Dr. Thomas Königstorfer, Geschäftsführer der OÖ. Theater und Orchester GmbH sowie kaufmännischer Direktor des Landestheaters und des Bruckner Orchesters Linz, die Frage: „Wie viel Marketing braucht ein Kulturunternehmen?“



Dr. Thomas Königstorfer, Geschäftsführer der OÖ. Theater und Orchester GmbH, MCL-Präsident DI Peter Bruckmüller und Dr. Rolf Hichert, Geschäftsführer der HICHERT+ PARTNER AG

DERVORTRAG

Wie viel Marketing braucht ein Kulturunternehmen?

Dr. Thomas Königstorfer, Geschäftsführer der OÖ. Theater und Orchester GmbH sowie kaufmännischer Direktor des Landestheaters und des Bruckner Orchesters Linz, beantwortete diese Frage zu Beginn des Abends klar und deutlich: Kulturunternehmen brauchen genauso viel Marketing wie jedes Unternehmen der Privatwirtschaft.

Die OÖ. Theater und Orchester GmbH ist das „Dach“ für das Landestheater Linz und das Bruckner Orchester Linz. Sie beschäftigt rund 500 Mitarbeiter, hat einen Jahresumsatz von ca. 30 Millionen Euro und zieht jährlich insgesamt fast 300.000 Besucher an. Königstorfer verglich das Kulturunternehmen mit einer Fluglinie, um zu verdeutlichen, wie viel Planung, Controlling, Preisgestaltung und zielgruppengerechte Kommunikation notwendig ist, um erfolgreich zu wirtschaften.

Im Anschluss daran präsentierte Königstorfer das geplante Musiktheater Linz. Mit dem Opernhaus bekommen alle Sparten der Theater- und Orchester GmbH ein „neues Haus“: Es wird ca. 1.200 Sitzplätze im großen Saal bieten, ein akustisches Volumen wie die Mailänder Scala haben und eine Spielstätte für Musical, Oper, Operette und Ballett sein.



Dr. Thomas Königstorfer präsentierte die Leistungen und die Zukunft des Landestheaters Linz.

Nach dieser interessanten Einführung durch den Gastgeber übernahm der Hauptreferent des Abends, Dr. Rolf Hichert, das Rednerpult und präsentierte sein „Rezept“ für gelungene Berichte und Präsentationen.

Managementberichte und Präsentationen

„Vor allem die Form der Informationsvermittlung setzt Grenzen und Regeln, die eine entscheidende Rolle bei der Wahl der Werkzeuge spielen“, bringt Dr. Hichert den ersten Teil seines Vortrags auf den Punkt. Die grundsätzliche Unterscheidung findet zwischen schriftlicher

DERVORTRAG



Dr. Rolf Hichert begeisterte die Zuhörer durch einen spannenden, humorvollen Vortrag.

und mündlicher Kommunikation statt. Bei beiden unterscheidet Hichert noch zwischen einer formellen und informellen Ausprägung.

1. Form der Informationsvermittlung

Formelle schriftliche Kommunikation findet in Berichten mit vorgegebener und wiederholt angewendeter Struktur wie Geschäfts- oder Quartalsberichten statt. Typische Managementberichte haben 5 bis 50 A4-Seiten, können aber auch einen Umfang von bis zu 100 und mehr Seiten erreichen.

Seine Meinung zu Powerpoint-Berichten beschreibt Dr. Hichert so: „Besonders so genannte Powerpoint-Berichte

mit einigen ausgedruckten und zusammengehefteten Powerpoint-Seiten führen zu schlechten Ergebnissen. Sie bieten eine geringe Informationsdichte, keine vollständigen Sätze und Auflistungen statt Argumentationen.“

Formelle mündliche Kommunikation sind Präsentationen, meist vor einem größeren Publikum, wie etwa Projektberichte, Vorstellung von Finanzzahlen oder Schulungen.

Als informelle schriftliche oder mündliche Kommunikation werden Kommunikationsformen verstanden, die weniger den formellen Regelungen unterliegen und einen ad-hoc-Charakter haben. Darunter fallen E-Mails, Memos, Posts, Telefonate oder Diskussionsbeiträge in Gesprächsrunden.

2. Kommunikationsregeln

„Der Schlüssel für eine erfolgreiche Geschäftskommunikation liegt in der Befolgung folgender drei grundlegender Regeln“, leitet Dr. Hichert über.

- Die Botschaft steht im Mittelpunkt
- Notation der Bedeutung
- Informationsdichte für besseres Verständnis

„Wenn man nicht sagt, was man zu sagen hat, wird man auch nicht verstanden. So müssen Berichte etwas zu be-



DER VORTRAG

richten haben, sonst sollte man sie als Datenauswertung, Statistik oder Zahlenübersicht bezeichnen“, erklärt Dr. Hichert die erste Regel in kurzen Worten. Eine einheitliche Notation sollte möglichst in allen Bereichen in ähnlicher Weise verwendet werden. „Es ist auch nicht richtig, dass komplexe Dinge durch stark vereinfachte Darstellungen besser verständlich werden. Was verloren geht, ist die Informationsdichte.“

3. Kommunikationswerkzeuge

Bei der Geschäftskommunikation – insbesondere bei den Berichten – werden heute unterschiedliche Werkzeuge eingesetzt.

Microsoft Excel ist heute das Standardwerkzeug im Berichtswesen, mit dem intensiv und fast überall gearbeitet wird. Bei der Verarbeitung der Daten sowohl in Tabellen- als auch Diagrammform hat Excel eine sehr große praktische Bedeutung.

Microsoft Powerpoint ist das bei Präsentationen verwendete Standardwerkzeug. Vielfach wird die eigentliche Präsentation (Vortrag) mit den dabei verwendeten Powerpoint-Schaubildern gleichgesetzt, was natürlich Unfug ist: Der Vortrag soll

dazu dienen, durch die Fachkompetenz, das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Referierenden die gewünschten Veränderungen durchzusetzen.

Microsoft Word ist das Standardwerkzeug bei schriftlichen Berichten. Es ist sehr weit verbreitet und bietet alle für Managementberichte benötigten Funktionen. Ein anderes Textverarbeitungssystem ist das geeignete Werkzeug zur Berichterstellung, denn Berichte sollten in erster Linie aus Text bestehen.

Auch Spezialwerkzeuge, die speziell für das Berichtswesen entwickelt wurden, sind im Einsatz. Hierzu zählen BI-Werkzeuge oder Management-Informationssysteme wie Cognos, Bissantz, Cubeware oder Business Objects, Berichtssysteme wie Crystal Report und Content Management-Systeme wie ez-publish.

Regeln für Berichte und Präsentationen: SUCCESS

Erfolgreiche Geschäftskommunikation basiert auf verbindlichen Regeln, hier ist weder Kreativität bei der verbalen Ausdrucksweise noch bei der visuellen Gestaltung gefragt – statt dessen geht es um konsequente Standardisierung und Reduzierung auf das Wesentliche.

DER VORTRAG

SAY IT.

Botschaften verfassen

UNIFY IT.

Inhalte vereinheitlichen

CONDENSE IT.

Informationen verdichten

CHECK IT.

Richtigkeit verlangen

EXPLAIN IT.

Erklärungen vermitteln

SIMPLIFY IT.

Darstellungen vereinfachen

STRUCTURE IT.

Strukturen verdeutlichen

„Zusammengefasst lassen sich die Regeln für eine erfolgreiche Geschäftskommunikation auf das Prinzip SUCCESS reduzieren“, schließt Dr. Hichert seinen Vortrag.

Das Handout zum Vortrag kann als farbige pdf-Datei hier heruntergeladen werden:

Download



Von Mag. Rainer C. Preisinger



Im beeindruckenden Ambiente des Malersaals trafen sich Gastgeber und Teilnehmer am Clubabend nach dem Vortrag zu anregenden Diskussionen und zum Buffet.

ZUMTHEMA

Literaturempfehlungen von Thalia



Pressemitteilungen schreiben

Viola Falkenberg
Frankfurter Allgem. Buch
Juli 2008
ISBN-10: 3-89981-169-0



Erfolgreich schreiben

Norbert Franck
Fischer Taschenbuch Verlag
Oktober 2006
ISBN-10: 3-596-17175-X



Customer Relationship Management im Kulturmarketing

Johannes Wenzel
VDM Verlag
April 2008
ISBN-10: 3-639-00982-7



Kunst- und Kulturmarketing

Nadine Schwarz
VDM Verlag, März 2008
ISBN-10: 3-8364-6900-6



Besucherbindung im Kulturbetrieb

Armin Klein
VS Verlag für Sozialw.
Februar 2008
ISBN-10: 3-531-15469-9



Unternehmertum und Führungsverhalten im Kulturbereich

Elmar D. Konrad
Waxmann Verlag GmbH
November 2006
ISBN-10: 3-8309-1710-4



DIE ANWESENDEN

Mitglieder

Aichinger, Gerda, Poloplast
 Aufreiter, Werner, Aufreiter OEG
 Bauer, Ursula, marketing-management
 Bruckmüller, Peter, Spectra
 Brunner, Andreas, Globeinvest
 Dilly, Stefan, amit
 Eiselsberg, Helmut,
 Landwirtschaftskammer
 Falkner, Birgit, MCL
 Federschmid, Hans-Jürgen, adpl-solutions
 Grottenthaler, Gerald, Kronen Zeitung
 Hackl, Gerald, efko
 Hamburger, Willi, MMS
 Heisinger, Jutta, MCL
 Heller, Helmuth, Linz AG
 Helm, Klaus, Anwaltskanzlei Helm
 Hierzenberger, Christian, Pendl &
 Piswanger
 Hintermayr, Johannes, Lawfirm
 Kern, Nina, Createam
 Kindermann, Harald, Datas
 König, Horst, Umdasch
 Kubin, Robert, Next
 Kuchinka, Petra, Pöttinger
 Kühnel, Heide, Kühnel Marken inszenieren
 Lasinger, Erika, Fronius
 Lienerbrünn, Klaus, LMC
 Lux, Wolfgang, Poloplast
 Marecek, Sylvia, Österreich
 Neumaier, Gabriela, SALK
 Pill, Lisa, Pillcom
 Preisinger, Hubert, Voithofer & Partner
 Pröll, Dieter, Consulting Vertrieb &
 Management
 Rauecker, Gerald, Gunytronic
 Reifeneder, Johann, E-Werk-Wels

Reifetzhammer, Hans, Createam
 Rendulic, Vera, Land OÖ
 Rimser, Michaela, MCL
 Schachinger, Karin, TMG OÖ
 Schgör, Sabine, Resch & Frisch
 Schwab, Gerhard, Sport 2000
 Selig, Robert, OÖ Ferngas
 Spiess, Silvio, Internorm
 Stöbich, Gerlinde, BVM
 Straberger, Christopher, Anwalt
 Stumpfl, Reinhold, AV Stumpfl
 Thurnhofer, Josef, ÖAMTC
 Urban, Christian, USP
 Urban, Josef, USP
 Weixelbaumer, Christine, Projektagentur
 Wiesberger, Arnold, Messezeit
 Zerenko, Claus, reklamebüro
 Zidek-Etzlstorfer, Ursula, Zidek Beratung
 Ziegler, Thomas, Design Center

Gäste

Aigenberger, Dietmar, TMG OÖ
 Auinger, Mario, Landhotels Österreich
 Bachmann, Doris, EurothermenResorts
 Estermann, Eva, Lentos Kunstmuseum
 Gattringer, Thomas, EurothermenResorts
 Hermann, Karin, Mediaprint OÖ
 Hichert, Rolf, Hichert + Partner
 Königstorfer, Thomas, Landestheater
 Künz, Andrea, LIMAK
 Mack, Carolin, Ed.Haas Austria
 Mittermeier, Josef, Wolf Systembau
 Reiter, Peter, ÖAMTC
 Schenk, Horst
 Weinreich, Ingrid, ÖAMTC
 Wondraschek-Unger, Klaudia, Wondraschek
 Zelenka, Stephan, EurothermenResorts

Österreichisches Marketing Forum Linz 2008
Freitag, 24. Oktober, Design Center

Karma-Marketing: Die Mystik der Märkte von morgen.

Das Österreichische Marketing Forum Linz 2008 wird einen neuen Wirtschafts-Trend unter die Lupe nehmen: Entwickeln Manager plötzlich ein ethisches Bewusstsein? Gibt es einen Wandel, der die Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt rückt, um auch für die kommenden Generationen einen positiven Grundstein zu schaffen? Und was hat Karma ausgerechnet mit Marketing zu tun?

Hochkarätige Referenten werden der Frage nachgehen, ob sich östliche Denkweisen tatsächlich auch in der westlichen Marktwirtschaft zunehmend durchsetzen, was die Gründe dafür sind und welche Auswirkungen daraus für Marketing und Werbung resultieren.

Referenten:

Dr. Fleur Wöss,

Japanologin, Buddhismus-Expertin und Unternehmerin

Howard Cutler,

Arzt, Psychiater und Co- Autor des Dalai Lama

Gustaf Landahl,

Head of Department Planning & Environment at the Environment and Health Administration, City of Stockholm

Johannes Gutmann,

Gründer und Geschäftsführer der Sonnenor Kräuterhandels GmbH

Hermann Fercher,

Vice President New Segments & Communication, Swarovski Optik

Miha Pogacnik,

weltbekannter Violinist, Entrepreneur und Kulturbotschafter

Mitgliederbonus:

Mitglieder des Marketing Club Linz zahlen statt EUR 420,- nur EUR 320,- für die Teilnahme.

Anmeldung:

Bitte nutzen Sie zur Anmeldung die Anmeldekarte in Ihrer Voreinladung oder das elektronische Anmeldeformular auf unserer Club-Homepage:

<http://www.marketingclub-linz.at>

Direkt zur Anmeldung



CLUBINTERN

**Als neue Clubmitglieder
begrüßen wir:**



Mag. Markus Bürger,
MBA
CCO
Celum GmbH



Mag. Hans Graf,
Leiter Niederlassung Linz
Wirtschaftsnachrichten
Zeitschriften Verlags-
gesmbH



DI Franz Harringer,
Geschäftsleitung
Tips ZeitungsgmbH &
Co KG



Dr. Robert Hellwagner,
MMBA
Leitung Strat.
Absatzmanagement
Brau Union AG



Ing. Christian Kausl,
Vertriebsleiter
Siemens Elin
Buildings & Infrastructure
GmbH & Co KG

**Vorschau auf die nächsten
Clubabende 2008:**

28. Oktober 2008

„EurothermenResorts – Österreichs
erste ThermenResort-Kette“

EurothermenResort Bad Schallerbach
Promenade 1,4701 Bad Schallerbach
Beginn 19 Uhr,
Come together 18.30 Uhr

Nähere Infos werden in der Einladung
bekanntgegeben.

25. November 2008

Rotax – Nähere Infos werden noch
bekanntgegeben



NETWORK

Staatspreis Marketing 2009

Der Staatspreis Marketing ist die jährliche Auszeichnung des Bundesministers für Wirtschaft und Arbeit für herausragendes Marketing.

Ausgezeichnet wird innovatives strategisches Marketing, das die Wertschöpfung im Unternehmen nachhaltig erhöht. Im Fokus stehen dabei ganzheitliche Marketingleistungen. Nicht Unternehmensgröße, Branche oder Budgethöhe sind für die Zuerkennung des Staatspreises Marketing entscheidend: Prämiert werden Qualität, betriebswirtschaftliche Relevanz und Innovation.

Voraussetzung für die Teilnahme am Wettbewerb ist eine Marketingleistung, die in der Zeit von 1. Jänner 2008 bis 23. Jänner 2009 realisiert wurde.

Der Marketing Club Linz ist Kooperationspartner des Staatspreis Marketing 2009.

Download Folder





NETWORK

„zeit der kreativen“

Konferenz der Industriellenvereinigung OÖ zur Bedeutung von Kreativität für die Entwicklung Oberösterreichs

29. Oktober 2008, 14.00 – 20.30 Uhr im Kunstmuseum Lentos, Linz

Wachstum und Wohlstand sind eng verbunden mit der Fähigkeit einer Region, das kreative Potenzial ihrer Menschen zu nützen – Kreativität wird zum wichtigen Standortfaktor. Wissenschaftler, Ingenieure, Künstler, Unternehmer, Manager, Architekten, Designer und viele weitere kreative Menschen sind die zentralen Gestalter des 21. Jahrhunderts. 25 bis 30 Prozent der Beschäftigten in Europa sind bereits dem kreativen Sektor zuzuordnen. Aus deren Vernetzung entstehen neue Ideen und Innovationen.

- Wie „funktioniert“ Kreativität?
- Welches Umfeld ist notwendig, um kreative Menschen anzuziehen und deren Potenziale zu entfalten?
- Können sich Oberösterreich und Linz als kreative Kraftzentren in Mitteleuropa etablieren?



Einladung

Anmeldung



Aktuelle Marktforschungsreports

IMAS	(10/2008)	<u>Optimierung der Werbe-Etats</u>
MARKET	(10/2008)	<u>Urlaubsmotive der Zukunft- Wellness and Soulness</u>
SPECTRA	(10/2008)	<u>US-Wahlen: Österreich wünscht sich Barack Obama als neuen Präsidenten</u>



NETWORK

Symbiosis Herbstprogramm



Themenschwerpunkte:

Storytelling – Moderation & Teamentwicklung – Internal Branding:

■ Motivierend moderieren mit **Dynamic Facilitation**

So schaffen Sie eine neue Meeting-Kultur sowie Durchbrüche bei Konflikten und scheinbar unlösbaren Themen! Vom 30. - 31. Oktober 2008 in Wien. **Mehr...**

■ **1. Europäischer Internal Branding Kongress** „From Employer Branding to Employee Engagement!“

Vom 20. – 21. November in Wien mit mehr als 10 Top-aktuellen Praxisprojekten und Vorträgen von internationalen Vordenkern zum Thema Wertekommunikation und Internes Markenmanagement. **Mehr...**

■ **Internal Branding Doppelpack: 1 Tag – 2 Workshops!**

Am 22. November in Wien mit Dr. Nikolaus Eberl (RSA) zum Thema Brand-Leadership – „Merging the disciplines of internal branding and touch point innovation“ und Fred Burt (Siegel+Gale London) – Brandlore – „How Brands really connect with people“. **Mehr...**

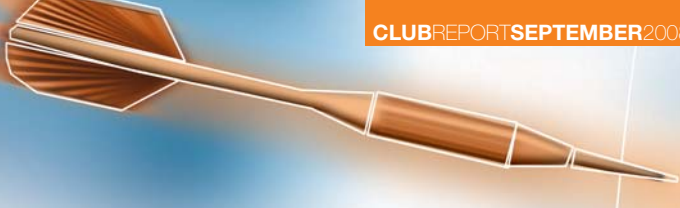
■ **The secret Language of Leadership – How Leaders use Storytelling to inspire change and to create high performance teams**

1-tägiges Intensivseminar mit Storytelling Pionier und Buchautor Steve Denning (USA) am 12. Dezember in Salzburg. Workshopbeschreibung **hier...**

Bitte geben Sie bei der Anmeldung bekannt, dass Sie Mitglied des Marketing Club Linz sind: Sie erhalten 10 % Sonderrabatt

Nähere Infos und Anmeldung





TIPPSKULTUR

Klassische Musik

- **Sinfoniekonzert
des Linzer Konzertvereins**
Dirigent: Vinzenz Praxmarer
Solist: Mario Hossen, Violine
Mi, 26. November 2008, 19:30 Uhr
Brucknerhaus, Großer Saal

Premieren

- **Der Vogelhändler**
Operette von Carl Zeller,
inszeniert von Dolores Schmidinger
Sa, 01. November 2008, 19:30 Uhr
Landestheater, Großes Haus
- **Jim Knopf und Lukas
der Lokomotivführer**
Schauspiel von Michael Ende
Sa, 08. November 2008, 17:00 Uhr
Landestheater, Kammerspiele
- **Was ihr wollt**
Schauspiel von
William Shakespeare
Sa, 22. November 2008, 19:30 Uhr
Landestheater, Kammerspiele

Ausstellung

- **Fritz Aigner –
Wunderkind und Malmaschine**
30.09.2008-11.01.2009
Museum Nordico
www.nordico.at

Schauspiel, Kabarett

- **Andreas Vitasek
My Generation**
Do, 30. Oktober, 20:00 Uhr
Posthof, Großer Saal
- **Götz von Berlichingen**
Johann Wolfgang von Goethe
Sa, 01. November 2008, 19:30 Uhr
Theater Phönix, Großer Saal

Buchpräsentation

- **Klaus Emmerich**
Ein Journalistenleben zwischen
Wien, Washington und Brüssel.
Do, 30. Oktober, 19:30 Uhr
Thalia Buchhandlung, Linz

Road Show

- **CATALOG INNOVATION TOUR**
Kürzere Time-to-Market mit auto-
matisierter Werbemittelerstellung
Di, 28. Oktober 2008
NH Vienna Airport, Wien
Die Roadshow zu:
– Database Publishing
– Web-to-Print
– Übersetzungsmanagement
– Media Asset Management
– Produkt Informations Management

Näheres unter:
www.prokom-on-tour.de



Marketing Club Linz
Altenbergerstraße 69
4040 Linz

Tel: +43(0)732/2468-9402
Fax: +43(0)732/2468-9404
e-Mail: mcl@jku.at
www.marketingclub-linz.at

