

Schlagzeilen der Woche

Auto-Experte Dudenhöffer unter Bestechungsverdacht

Der unabhängige Autoexperte und Geschäftsführer der Leverkusener Beratungsagentur B&D Forecast, Ferdinand Dudenhöffer, soll „im vergangenen Jahr zu einem wesentlichen Teil von DaimlerChrysler finanziert“ worden sein, berichtet der Spiegel. Dudenhöffer weist den Bericht „aufs Schärfste“ zurück.

Stiftung Warentest schlägt Glas

Die Uschi Glas-Schönheitspflege darf von der Stiftung Warentest „mangelhaft“ genannt werden. In einem einstimmigen Beschluss wies das Berliner Kammergericht eine Berufung der Herstellerfirma 45-Marketing GmbH wegen „mangelnder Aussicht auf Erfolg“ zurück. Der Beschluss ist nicht anfechtbar. (Aktenzeichen: 9 U 108/05).

Puma kündigt größte Kampagne der Firmengeschichte an

Puma hat bereits seine Vorbereitungen für die Fußball-WM 2010 in Südafrika gestartet. Der Puma-Vorstandsvorsitzende Jochen Zeitz kündigt an, zur WM in vier Jahren die größte Marketingkampagne der Firmengeschichte zu fahren; zu den Kosten äußerte sich Zeitz nicht. Bis 2010 solle das Marktpotenzial in Afrika vervierfacht werden.

Vita Cola setzt auf Ost-Kult

Vita Cola kehrt zu ihrer alten Flaschenform zurück. Von August an kommt die Ost-Brause zudem mit einem modernisierten Logo auf den Markt, kündigte die hessische Hassia-Gruppe an. Hassia hatte die Thüringer Waldquell Mineralbrunnen GmbH 2005 übernommen, die die einstige DDR-Cola 1991 wieder auf den Markt gebracht hatte.

Politiker schießen gegen WM-Sponsor Adidas

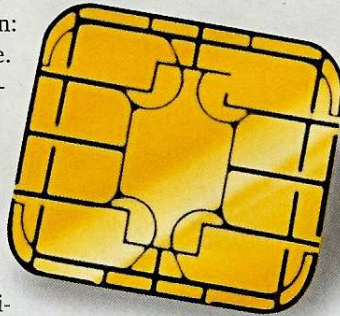
An der Adidas-Arena am Berliner Reichstag, in der Fans auf Großleinwänden die WM-Spiele sehen können, verteilten Politiker der Grünen, der Jusos und des DGB Postkarten und forderten auf einem Transparent „Adidas muss ausbilden“. Der Grünen-Vorsitzende Reinhard Bütkofer sagte: „Adidas hat mehr Fußball-Millionäre unter Vertrag als Auszubildende.“

Hohe Suchtgefahr

Werbung für die Geldkarte wird unkonventioneller. Ein Internet-Spot warnt augenzwinkernd vor der Benutzung von Kleingeld.

Frech und unkonventionell soll sie sein: die neue Werbung für die Geldkarte. Denn bislang dominierte bei der Geldbörse in Chipform die Sachlichkeit.

Nun wird es bald einen Gegenpol zu dem Auftritt geben: Ein kurzer witziger Film, der im Internet zu sehen sein wird. Der Clip heißt „Der Bundesfinanzminister warnt“. Das Prinzip: Im Stil der Hinweise auf Zigarettenschachteln wird eine Geschichte erzählt, an deren Ende vor der Benutzung von Kleingeld gewarnt wird. Einer der Slogans: „Kleingeld macht sehr schnell abhängig. Fangen Sie gar nicht erst damit an.“ Wer ihn



Kleingeldersatz Mehr als 64 Millionen Geldkarten sind derzeit im Umlauf.

sieht, soll sich so unterhalten fühlen, dass er den Spot an Freunde und Kollegen weiterschickt.

Das Konzept für das virale Marketing stammt von Jens Junker, der an der Hochschule für Fernsehen und Film (HFF) in München studiert.

Junker hatte sich gegenüber 20 HFF-Studenten durchgesetzt, die ebenfalls Konzepte vorgestellt hatten. Die Jury, in der unter anderem Volker Koppe, Vorstandsvorsitzender der Initiative Geldkarte, und W&V saßen, entschied sich aber für Junker. se



David Beckham

Beckham spielt – und telefoniert

Motorola Falls es bei England mal wieder nicht mit dem Weltmeistertitel klappen sollte, hat David Beckham wenigstens schon eine weitere Werbe-Nebenbeschäftigung: als neuer globaler Markenbotschafter des Mobilfunkers. Bereits während der WM zeigt sich „Becks“ mit einem Handy der Ame-

rikaner. Die deutschen Fans werden den englischen Nationalkicker allerdings auch weiterhin nur auf dem Platz bewundern können. Denn „Becks“ taucht erst einmal nur in Asien als Testimonial auf, was sich aber ändern könnte. Der Vertrag mit Motorola läuft drei Jahre. app

DATEN DER WOCHE

DRÄHTE LAUFEN ÖFTER HEISS

Die Top-Anbieter von Call-Center-Services verbuchten 2005 deutliche Umsatzzuwächse. Zurückzuführen ist dies auf rege Nachfrage, neue Geschäftsfelder, Zukäufe und Übernahmen. Dies geht aus dem jüngsten Anbieter-Ranking des Fachblatts „Call Center Profi“ hervor. Das Marktvolumen für Telemarketing beziffert die Post auf rund fünf Milliarden Euro.

BERTELSMANN-TOCHTER VORN

Größte Telefonmarketing-Dienstleister in Deutschland

Netto-Roheinkommen in Mio. €	2005	2004
Arvato Direct Services	502	354
SNT Deutschland	158	150
Quelle Contact Gruppe	147	130
D+S Europe	143	60
Walter Telemedien Holding	142	106
Telegate	114	k.A.

Quelle: Call Center Profi/GWW Fachverlage.

© W&V

OUTBOUND GEHT MEHR INS GELD

Ausgaben für Telefonmarketing im Jahr 2004

Investitionen in Milliarden €	aktives Telemarketing	
	aktives	passives
GESAMTAUFWAND	3,1	1,8
– davon externe Kosten	1,6	0,6
AUFWAND NACH BRANCHEN		
– Handel	0,6	0,4
– Dienstleistung	2,2	1,2
– Verarbeitendes Gewerbe	0,2	0,2

Quelle: Direkt Marketing Monitor/Deutsche Post AG.

© W&V