

## Zitierte Personen

**Frank H. Breuer**, Inhaber der Beratungsagentur Die KommUNI-KATionsfabrik, Köln, früher Marketingleiter Mazda Motors Deutschland und Europa.

**Nick Geretshauer**, Kreativtrainer und Partner des Instituts für angewandte Kreativität (IAK); lehrt führenden Werbeagenturen, Markenartikel- und Dienstleistungsunternehmen die gesamte Tool-Box, die es braucht, um Ideen zu marktreifen Innovationen zu führen; zuvor Ideengeber namhafter Fernsehsender (u. a. RTL, SAT.1).

**Siegfried Jung**, Leiter Marketing und Kommunikation debis Systemhaus.

**Randi Maria Klages**, verantwortlich für Event-Marketing, DaimlerChrysler Vertriebsorganisation Deutschland.

**Dr. Tonio Kröger**, Leiter Marketing-Kommunikation, Daimler Chrysler Vertriebsorganisation Deutschland.

**Olaf H. Meidt**, freier Berater in der Automobilkommunikation, vorher fünf Jahre bei DaimlerChrysler, zuletzt in der Produktkommunikation Mercedes-Benz Personenwagen, davor vier Jahre bei Fiat in Deutschland, verantwortlich für die Marken Alfa Romeo und Lancia.

**Professor Armin Nassehi**, Professor der Soziologie an der Ludwig-Maximilian-Universität München.

**Jochen Pläcking**, Sprecher des Präsidiums des kommunikationsverbandes.de; Chairman & CEO der deutschen DDB-Holding COM Communication Management GmbH.

**Eberhard Schneider**, Geschäftsführer EP:ElectronicPartner, der mitgliederstärksten Verbundgruppe für Consumer Electronics und Informationstechnologien in Deutschland.

**Friedhelm Schürmeyer**, Ressortleiter Trade-Marketing, Maggi GmbH.

**Dirk Thielker**, Marketingleiter Grohe Deutschland Vertriebs GmbH.

# Literaturverzeichnis

- Bolz, Norbert*: Die Wirtschaft des Unsichtbaren. Spiritualität – Kommunikation – Design – Wissen: Die Produktivkräfte des 21. Jahrhunderts. München 1999.
- Ders./Bosschart, David*: Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes. Düsseldorf 1995.
- Brückner, Michael/Przyklenk, Andrea*: Event-Marketing. Messen, Sponsoring, Organisation. Wien/Frankfurt 1999.
- Buchholz, Andreas/Wördemann, Wolfram*: Was Siegermarken anders machen. Wie jede Marke wachsen kann. Die Ergebnisse der ersten Untersuchung über die erfolgreichsten Werbekampagnen der Welt. Düsseldorf; München 1998.
- De Micco, Luigi Carlo*: Kommunikationsmarketing. Der Weg zum mündigen Kunden. München 2000.
- Dietl, Clara-Erika*: Wirtschaftswörterbuch. Wörterbuch für den Wirtschafts-, Handels- und Rechtsverkehr. Band 2, Wiesbaden 1990.
- Domizlaff, Hans*: Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik. Hamburg 1992.
- Erber, Sigrun*: Eventmarketing. Erlebnisstrategien für Marken. Landsberg/Lech 2000.
- Gebhard, Winfried/Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hrsg.)*: Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen 2000.
- Geffroy, Edgar K.*: Ich will nach oben. Glück ist ein System. Brechen Sie zuerst alle Regeln. Landsberg/Lech 2000.
- Grey Düsseldorf (Hrsg.)*: Wie man Marken Charakter gibt. Düsseldorf 1993.
- Horx, Matthias*: Die acht Sphären der Zukunft. Ein Wegweiser in die Kultur des 21. Jahrhunderts. Wien; Hamburg 2000.
- Ders./Wippermann, Peter*: Markenkult. Wie Waren zu Ikonen werden. Düsseldorf 1995.
- Klenk, Volker*: Mega-Events als Instrument der Imagepolitik. Eine Mehrmethodenstudie zu Images und Imagewirkung der universellen Weltausstellung Expo '92. Berlin 1999.

- Meffert, Werner:* Werbung, die sich auszahlt. Anders als die Großen, besser als ihr Konkurrent. Reinbek bei Hamburg 1990.
- Nickel, Oliver (Hrsg.):* Eventmarketing. Grundlagen und Erfolgsbeispiele. München 1998.
- Roth, Peter:* Kultur-Sponsoring. Meinungen, Chancen und Probleme, Konzepte, Beispiele. Landsberg am Lech 1989.
- Schulze, Gerhard:* Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/Main 1993.
- Sprenger, Reinhard K.:* Mythos Motivation. Wege aus einer Sackgasse. Frankfurt/Main; New York 1996.
- Vieser, Susanne:* Slogans, Spots & Strategien. Die erfolgreichsten Werbeagenturen und ihre Kampagnen. München 1997.
- Zedtwitz-Arnim, Georg-Volkmar, Graf:* Tu Gutes und rede darüber. Public Relations für die Wissenschaft. Köln 1978.

# Sach- und Personenregister

## A

*Achinger, Karl* 140, 142  
Aktion 121  
American Spirit 98, 101  
Argo-Brand 112  
Automobilbranche 61  
Automobilkommunikation  
79, 181

## B

BA Ravensburg 180  
Bankers Trust 37  
BDW 47, 59  
Benchmark 61  
*Biolek, Alfred* 94, 96  
BMW 89 f., 171  
*Boltz, Dr. Dirk-Mario* 112  
Brand Center 111, 112  
Brand Eins 113  
Brand Event 85  
*Breuer, Dr. Rolf-E.* 38  
*Breuer, Frank H.* 83, 156,  
161  
Briefing 148  
Business-Theater 25

## C

*Campbell, Carol* 27, 142  
Clienting 117

Coach-Prinzip 134  
Coca-Cola 87, 113  
Cognis B. V. 26 f., 139  
Corporate Event 29, 107  
Corporate Identity 64, 170

## D

DaimlerChrysler 69 f.,  
106 ff., 110, 113, 132,  
134 f., 161, 181  
*De Micco, Luigi Carlo* 60,  
183  
debis Systemhaus 139 f.  
Deutsche Bank 37

## E

Effizienz 160  
Einzigartigkeit 49  
Emotion 106, 165  
EP:ElectronicPartner 122  
*Erber, Sigrun* 18  
Erlebniswelt 77, 102, 111  
Europäische Medien- und  
Event-Akademie 179  
Event Award 29, 42, 102  
Eventkonzeption 147  
Eventmanager 175  
Eventmarkt 57  
Eventqualität 157

## F

Fachhochschule Osnabrück  
179  
FC Bayern München 42  
Firmenzusammenschlüsse 36  
Formensprache 49  
forsa-Institut 57, 88  
Forum Marketing-Eventagen-  
turen 47, 169  
Führungskräftemeeting 26  
Fusionen 36

## G

*Gebhardt, Dr. Winfried* 48  
Gebrauchsmarke 88  
*Geffroy, Edgar K.* 117  
*Geretshauser, Nick* 150, 181  
Going Public 19  
Grey 60, 112, 183  
Grohe 20 ff., 24, 182  
Großveranstaltung 41  
Guestmanagement 28, 33,  
111, 132

## H

Hauptversammlung 129 f.,  
132, 135  
Heidelberger Druckmaschi-  
nen AG 19, 29, 32 ff.  
*Herrmann, Uwe* 33  
*Hitzler, Dr. Roland* 183  
*Holden, James* 110  
Horizont 27  
*Horx, Matthias* 88 f., 98,  
183  
*Hubbert, Prof. Jürgen* 110

## I

Identica 112  
Il Novecento 44  
Incentive 17, 153  
Individualisierung 119, 122  
Information 165  
Infotainment 19, 74  
Innovation 65, 79, 151  
Inszenierungen 63  
Integration 72, 120  
Integrierte Kommunikation  
63, 171  
Interaktion 19, 74, 120, 165  
Interbrand 87, 88  
Internationalisierung 139  
Internet 72, 111  
Investitionsgütermarketing  
46  
Investor 127  
Investor Relations 130  
IST-Institut 180

## J

Journalist 21, 78 ff., 131  
Jubiläum 16, 19, 28 f., 33,  
42, 48, 93, 94  
*Jung, Siegfried* 143, 162,  
181

## K

*Kerner, Johannes B.* 110  
Kick-Off-Veranstaltung 18,  
27  
*Klages, Randi Maria* 161,  
181  
*Knoblauch, Dr. Hubert* 51 f.

*Kohl, Hannelore* 94, 96  
Kommunikation 60  
KommUNIKATIonsfabrik  
83, 181  
Kongress 48, 123  
Kreativität 7, 34, 36, 53,  
150 f., 153  
*Kröger, Dr. Tonio* 59, 70,  
106, 181  
Kultmarke 98  
Kundenbindung 117, 120 f.  
Kundenorientierung 117

## L

*Lafer, Johann* 96  
Logistik 28, 36, 111, 134,  
149  
Luxusmarke 89

## M

Maggi 93 f., 96 f., 182  
Mailing 33, 45  
Marke 24, 48, 63 f., 68, 70,  
72, 81, 87, 89, 93, 97,  
98 ff., 105 ff., 111 ff., 156,  
183  
Marken 85  
Markenbild 99  
Markenbildung 97  
Markenfamilie 106  
Markenführung 88  
Markentypen 87  
Markenwerte 87  
Marketing 16, 46 f., 50, 53,  
72, 82, 88, 112, 117, 131,  
143, 166 ff., 170, 177, 181

Marketingberatung 170  
Marketingmix 55, 78  
Marketing-Mix 70  
Marketingstrategien 69  
Marktforschung 159  
Mäurer + Wirtz 101 f.  
Mazda 181  
*McKenna, Regis* 113  
Media Picture Group 45  
Medien 41  
*Meidt, Olaf H.* 79, 162, 181  
Mercedes-Benz 65, 87, 106  
Messen 73  
*Michael, Bernd* 60  
Microsoft 113  
Motivation 19, 26, 63, 102,  
165, 168, 184

## N

*Nassehi, Prof. Armin* 45,  
181  
Nestlé 72  
*Nickel, Oliver* 46 ff., 184

## O

Öffentlichkeitsarbeit 78 f.,  
82 f., 162  
Online-Design-Wettbewerb  
30

## P

*Panka, Eckard* 110  
Performances 51  
Pitch 155  
*Pläcking, Jochen* 59, 77,  
98 f., 101, 111, 170, 181

Planmäßigkeit 49  
Plasma Select 131  
Präsentation 20 ff., 62,  
65 f., 68, 70, 73 f., 89 f.,  
104, 155 f., 161, 176  
Pressearbeit 77, 79, 81  
Priorisierung 119  
Product Placement 170  
Produktpräsentation 18 ff.,  
24, 57 ff., 61, 90, 104  
Promotion 48, 71, 153,  
170 f.  
Public Events 18, 41  
Public Relations 16, 48,  
170, 184  
Publikumsmesse 74

**R**  
Reiselogistik 22, 143  
Relationship-Marketing 24,  
113  
Roadshow 130

**S**  
*Schneider, Eberhard* 123,  
182  
*Schrempp, Jürgen E.* 110  
*Schulze, Dr. Gerhard* 184  
*Schürmeyer, Friedhelm* 97,  
182  
*Schwarzhaupt, Sandra* 42,  
44  
Semion 87  
*Sistenich, Dr. Frank* 47,  
117, 121

Sponsoring 18, 82 ff.,  
170 f., 183 f.

**T**  
Tagung 18, 24 ff., 58, 83,  
102, 110, 165, 179  
Teamgeist 63  
*Thielker, Dirk* 24, 182  
Total Communication Mana-  
gement 171  
Trendmarke 93  
TU Chemnitz 180

**U**  
Umstrukturierungen 36  
Unique Content Proposition  
112  
Unique Experience Propositio-  
on 112  
Unique Selling Proposition  
112  
Unternehmenskultur 37

**V**  
Volksfest 41  
*von Bülow, Victor* 44  
Voss & Fischer 38  
VW 84, 87, 112

**W**  
Werbung 16, 48, 59, 60 f.,  
70 ff., 77, 82, 88, 93, 101,  
168, 170, 177, 184  
Westdeutsche Akademie für  
Kommunikation 180



Wettbewerbspräsentation  
155  
*Willems, Dr. Herbert* 61

**Z**

*Zanger, Dr. Cornelia* 47,  
117, 121

*Zetsche, Dr. Dieter* 110  
Zielgruppe 5, 18 f., 28,  
34 f., 48, 59, 64, 71 f.,  
79 ff., 84, 88, 92 f., 112 f.,  
119, 147 f., 160, 162, 168,  
178

## Die Autoren



**Peter Bremshey**, geschäftsführender Gesellschafter der kogag Bremshey & Domning GmbH, gründete 1970 die Event- und Incentive-Agentur kogag, die heute mit über 200 Mitarbeitern und acht Spezialabteilungen zu den führenden deutschen Full-Service-Anbietern im Bereich der direkten Kommunikation gehört. Der gelernte Hotelkaufmann war zuvor in namhaften europäischen Hotels tätig, davon ein Jahr als erster Verkaufsleiter der Steigen-

berger Hotel Gesellschaft. Peter Bremshey hat die Entwicklung der Eventbranche in zahlreichen Beiträgen in Fach- und Wirtschaftspublikationen begleitet und stark geprägt.

**Ralf Domning**, geschäftsführender Gesellschafter der kogag Bremshey & Domning GmbH, ist seit 1971 Partner von Peter Bremshey und wie Bremshey ausgebildeter Hotelfachmann mit internationaler Erfahrung. Gemeinsam mit Peter Bremshey baute er die Leistungen Deutschlands erster Agentur für Unternehmensveranstaltungen sukzessive aus. Heute gehören neben dem Solinger Hauptsitz Büros in Berlin und München zu kogag. Ralf Domning ist Autor zahlreicher Veröffentlichungen in Marketing- und Eventpublikationen sowie Referent auf Fachkongressen.



(Webseite: <http://www.kogag.de>)