



**MARKETING-CLUB MÜNCHEN e.V.**

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband



**MARKETING-CLUB MÜNCHEN e.V.**

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband

## DER PREIS



Der Münchener Marketingpreis 2008  
Marketingpreisträger Stadtwerke  
München (SWM)

Der Münchner Marketingpreis ist der Ehrenpreis, mit dem der Marketing-Club München ein in München oder der Region Oberbayern ansässiges Unternehmen für erfolgreiches Marketing auszeichnet.

Der Preis wurde erstmals

anlässlich des 50-jährigen Jubiläums des Marketing-Club München im März 2004 an die Firma Hipp vergeben.

Die Unternehmensleistung muss deutlich machen, dass ein integriertes Marketingkonzept und der Einsatz der Techniken und Instrumente des Marketings den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens begründet haben. Ausgezeichnet werden können eine ganzheitliche Unternehmensstrategie ebenso wie spezifische Produkt- oder Markenführungsstrategien oder einzelne Komponenten des Marketing-Mix aus den Bereichen Industrie, Handel oder Dienstleistung.



Die vierte Verleihung des Münchner Marketingpreises findet 2010 in München statt. Im Rahmen dieser Veranstaltung wird die Marketingleistung des Preisträgers einer breiten Öffentlichkeit medienwirksam vorgestellt.

## DER CLUB

Der Marketing-Club München e. V. ist einer von 64 Clubs in Deutschland. Gemeinsam mit ihrer Dachorganisation, dem Deutschen Marketing-Verband (DMV), bilden sie den Berufsverband für alle Marketing-Manager in Führungspositionen.

Ziel des Marketing-Clubs ist es, Marktorientierung als Grundhaltung wirtschaftlichen Handelns und das Marketing als marktorientierte Unternehmensführung zu fördern und in das öffentliche Bewusstsein zu rücken.



Mit nahezu 800 Mitgliedern zählt der Marketing-Club München zu den größten Clubs in Deutschland. Er bietet seinen Mitgliedern und Gästen Fachvorträge, Podiumsdiskussionen, Weiterbildung und Erfahrungsaustausch mit Fachleuten aus allen Bereichen des Marketing.



Einsendeschluss für Bewerbungen  
zum vierten Münchner Marketingpreis  
ist der 2. November 2009.

### MARKETING-CLUB MÜNCHEN e.V.

Implerstraße 29, 81371 München  
Tel. (0 89) 76 50 28 · Fax (0 89) 7 25 43 55  
E-Mail: info@marketingclub-muenchen.de  
www.marketingclub-muenchen.de

## AUSSCHREIBUNG ZUM MÜNCHNER MARKETINGPREIS 2010



## DIE KRITERIEN

- Die Marketingleistung muss eine konsequente Marktorientierung des Unternehmens widerspiegeln und ökonomisch erfolgreich sein.
- Die Marketingleistung kann lokal, regional, bundesweit oder international angelegt sein.
- Die Marketingleistung kann sich auf eine ganzheitliche Unternehmensstrategie ebenso beziehen wie auf eine spezifische Produkt-, Produktgruppen- oder Markenführungsstrategie.
- Die deutsche Zentrale des Unternehmens muss in der Region München oder Oberbayern liegen.
- Marketingleistung und -erfolg dürfen nicht im Widerspruch zu dem ethisch-gesellschaftlichen Selbstverständnis des Deutschen Marketing-Verbandes und des Marketing-Club München stehen.
- Einreichungen werden nur von Unternehmen selbst angenommen, nicht von externen Dienstleistern.
- Über die Annahme der eingereichten Beiträge zur Bewertung entscheidet eine Jury, deren Mitglieder vom Vorstand des Marketing-Club München berufen werden.
- Das Unternehmen bzw. Produkt darf nicht bereits Preisträger des Deutschen Marketing-Preises gewesen sein.
- Die unabhängige Jury ermittelt unter Ausschluss des Rechtsweges anhand der eingereichten Unterlagen den/die Preisträger/in. Die Entscheidung ist nicht anfechtbar.
- Stellt sich nach der Preisverleihung heraus, dass ein/e Teilnehmer/in wesentlich gegen die Richtlinien verstoßen hat, kann nach Anhörung der Jury auf Beschluss des Marketing-Club München der Preis mit allen Konsequenzen entzogen werden. Gegen diese Entscheidung können keine Rechtsmittel geltend gemacht werden.
- Von der Wettbewerbsteilnahme sind die in der Jury vertretenen Personen und deren Unternehmen ausgeschlossen.

## DIE JURY

Die Entscheidung trifft eine vom Marketing-Club München eingesetzte, unabhängige Jury.

### Vorsitzender:

**Prof. Dr. Erwin Seitz**  
Juryvorsitzender und Präsident des  
Marketing-Club München

### Mitglieder:

**Sabine Asgodom**  
CSP – Inhaberin Asgodom Live, München

**Peter Driessen**  
Hauptgeschäftsführer IHK für München  
und Oberbayern

**Dr. Peter Haller**  
Geschäftsführender Gesellschafter Serviceplan

**Dr. Joachim Käppner**  
Leiter der Lokalredaktion Süddeutsche Zeitung

**Prof. Dr. Anton Meyer**  
Institut für Marketing, Uni München

**Johannes Spannagl**  
Geschäftsleitung  
Dr. Wieselhuber & Partner

**Manfred Wutzlhofer**  
Vorsitzender der Geschäfts-  
führung Messe München

Bitte senden Sie  
Ihre Teilnahme-Unterlagen  
bis zum 2.11.2009 an:  
Marketing-Club München e. V.  
Implerstraße 29,  
81371 München

## DIE UNTERLAGEN

Die eingereichten Unterlagen werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Sie sollten folgende Inhalte umfassen:

### Unternehmensinformationen

- Entwicklung
- Management
- Gründungsjahr
- Beschäftigte
- Geschäftsentwicklung
- Umsatz
- Produktspektrum
- Markenportfolio
- Leistungsangebot

### Marketing-Leistungen

- Absatzmärkte
- Wettbewerb
- Marktdaten
- Positionierung
- Marketing-Strategie
- Marketing-Mix

### Erfolgsfaktoren

- Leistungsspektrum
- Innovation
- Qualität
- Serviceleistung
- Wachstum
- Marktanteilsausweitung
- Kundennutzen
- Kundenorientierung
- Kommunikation

### Anlagen

Anlagen, wie audiovisuelle Präsentationen sollten integraler Bestandteil der Bewerbungsmappe sein.

### Formalien

Die Bewerbung sollte als Powerpoint-Präsentation aufgebaut sein und nicht mehr als 40 Seiten umfassen. Bewerber müssen 9 gedruckte Exemplare sowie eine digitale Version (Powerpoint-Datei auf CD) einreichen.

Alle Bewerber erhalten eine einjährige, kostenlose, persönliche Mitgliedschaft im Marketing-Club München.

