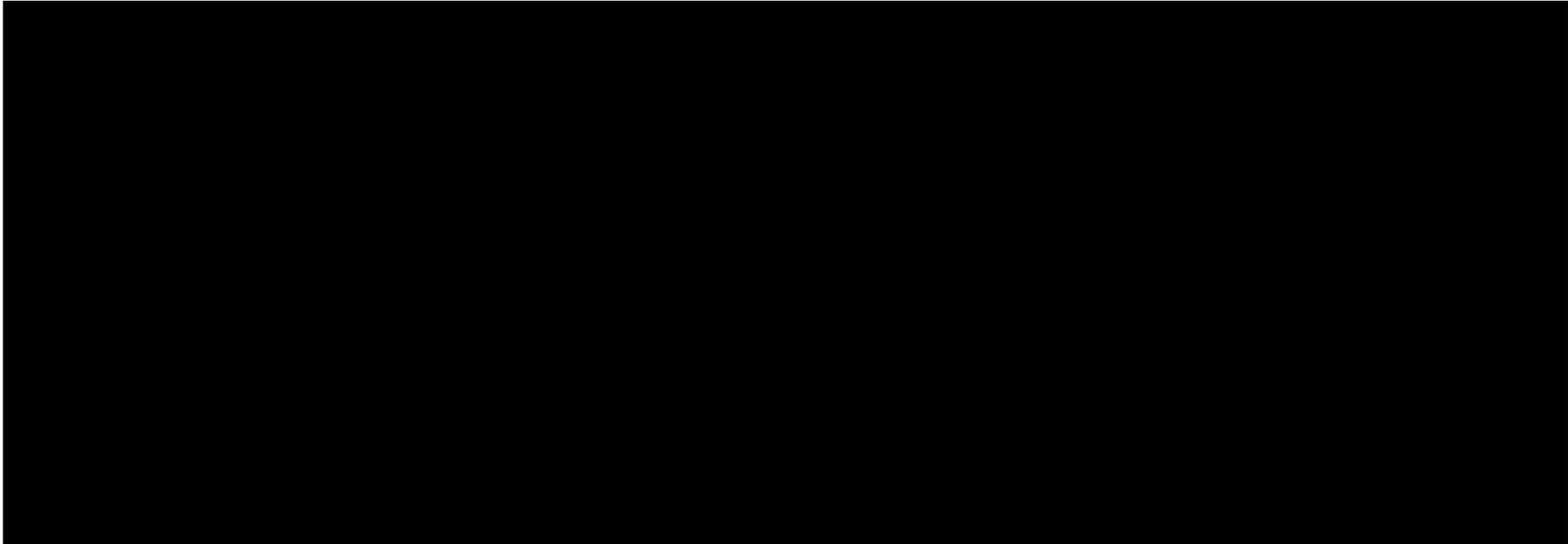


S C H O L Z & F R I E N D S

The Orchestra of Ideas®



Marke @ Gesellschaft 2025  
„Willkommen in der Echtzeit –  
mehr Offenheit, mehr Werte, mehr Marke“

Berlin, 21. Mai 2010



Wir erleben permanente  
Veränderungen:

**In der Mensch-Marke-Beziehung.  
In der Markt-Geschwindigkeit.**



# ECHTZEIT





**#1: Echtzeit** beschreibt, dass unser Handeln **unmittelbar** eine Wirkung erzielen kann.



**#2: Echtzeit** beschreibt, dass unser Handeln **überall** eine Wirkung erzielen kann.

### This Is Apple's Next iPhone



You are looking at Apple's next iPhone. It was found last in a bar in Redwood City, remanufactured to look like an iPhone 3GS. We got it, we disassembled it, it's the real thing, and here are all the details.



By Adam Oshinsky, Design Editor

8,448  
20,271  
0

Apr 16, 2010 10:02 AM

Home > News > Apple

### Apple

Apr 19, 2010 10:26 PM PDT

### Apple requests return of leaked iPhone

by David M. Uhlir

499  
Share  
551

Apple said Monday it is asking the court to return an errant device to the company. The device, which was found in a bar in Redwood City, Calif., is a remanufactured iPhone 3GS that looks like the next iPhone. The device was found in a bar in Redwood City, Calif., and is a remanufactured iPhone 3GS that looks like the next iPhone.

The tech blog site... possession of a... unreleased and... next-generation...

### The leaked 'iPhone' happen?

Apr 20, 2010 - Updated 1:01 PM PDT

**Sofort on air!**

Unser Handeln erreicht  
Lichtgeschwindigkeit!

**Jetzt & hier**

**WIRTSCHAFTEN**

**LEBEN**

**Immer & überall**

**Die Echtzeit stellt  
das Marketing  
auf den Prüfstand.**



**3**

# **Thesen**

**für das Zeitalter des  
Echtzeit-Marketing**

**These**

**#1**

**Das Labor-Marketing ist tot.  
Es lebe das Echt-Marketing.**



**Klassische  
Marketing**

***One size fits all  
hat ausgedient.***

**In Zukunft gibt es unendliche Optionen für Angebote in der realen und virtuellen Welt und eine zunehmende „Vernischung“.**



**Individualität wird ausgeprägter  
und stärker gelebt!**



**Erreichbarkeit?**

**Es zählt der direkte Kontakt!**

**BUDGET** **Media**

**REALLOKATION**

**Contact Handling**  
**Neue Medien**



**Kontrollverlust?**  
**INFORMATIONEN**

**BEZIEHUNGEN**

**Kontaktgewinn!**



**The deer now have guns.**



**Echzeit verlangt Interaktion.**



As: is

# United Breaks Guitars

ofmaxwell

17 Videos

Abonnieren



**The Economist**

Don't put your guitar in the hold

By [Author Name]

... [Text] ...



**TIMES ONLINE**

United Airlines gets the blues as Dave Carroll sings another complaint

... [Text] ...



**WELT ONLINE**

YouTube-Song springt Fluglinien zum Handeln

... [Text] ...

**SPIEGEL ONLINE**

... [Text] ...

# Bumerang-Effekt

**Kommunikation aus dem  
Elfenbeinturm  
hat ausgedient!**



**Mangelnde Interaktion und Entfremdung**

**#1 Echtzeit verlangt Offenheit.**

**Mit Spaß am Exhibitionismus.**

**Im direkten, individuellen Kontakt.**

**Auf Augenhöhe und im Dialog.**



GLASNOST JETZT

**These**

**#2**

**Mit Werten  
Werte schaffen.**



**Echtzeit** führt zu  
maximaler Transparenz.

KIRCHEN

# Chronologie: Missbrauch in Kirche und Schulen

Immer mehr Opfer von sexueller Gewalt in Kirchen und Schulen kommen an die Öffentlichkeit. Der Skandal begann in den 1970er Jahren an katholischen Schulen:

...-Kolleg der Jesuiten werden erste ... Wochen kommen zahlreiche ... und Ordensleute ans ... Regensburger

## Missbrauchsskandal Special

11.05.2010, 14:06 | 14 Kommentare

### Missbrauchsskandal Papst sieht Kirche als Ort der größten Gefahr

Ungewöhnlich scharf hat Papst Benedikt XVI. die Missbrauchsskandale in der katholischen Kirche in Deutschland und Irland verurteilt. Er forderte eine tiefgreifende Säuberung und Buße.

"Der größte Angriff auf die Kirche kommt heute aus dem Innern der Kirche selbst", sagte der Papst am Flug von ... Anlass des



Glaubwürdig?

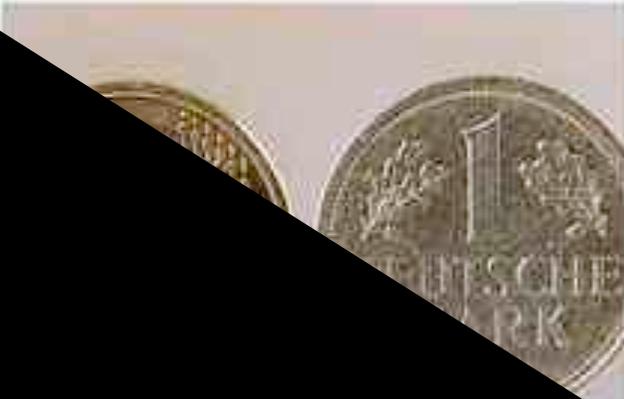
...hsskandalen  
...katholische

A close-up photograph of a pink chrysanthemum flower and a sprig of rosemary against a light, textured background. The flower is in the foreground, slightly to the left, and the rosemary is to its right. The background is a soft, out-of-focus grey and white.

**Echtzeit** führt zu Vergänglichkeit  
von Werten, Beziehungen, Ritualen.

### Mehrheit der Bürger befürwortet D-Mark-Rückkehr

Angemichts der Eurokrise sind die Deutschen in großer Sorge um ihr Geld. Nach einer Umfrage haben 52 Prozent der Bundesbürger Angst davor, dass es zu einem Anstieg der Preise kommt. Bei einer dauerhaften Schwächung des Euro befürwortet eine Mehrheit der Deutschen die Rückkehr zur D-Mark.



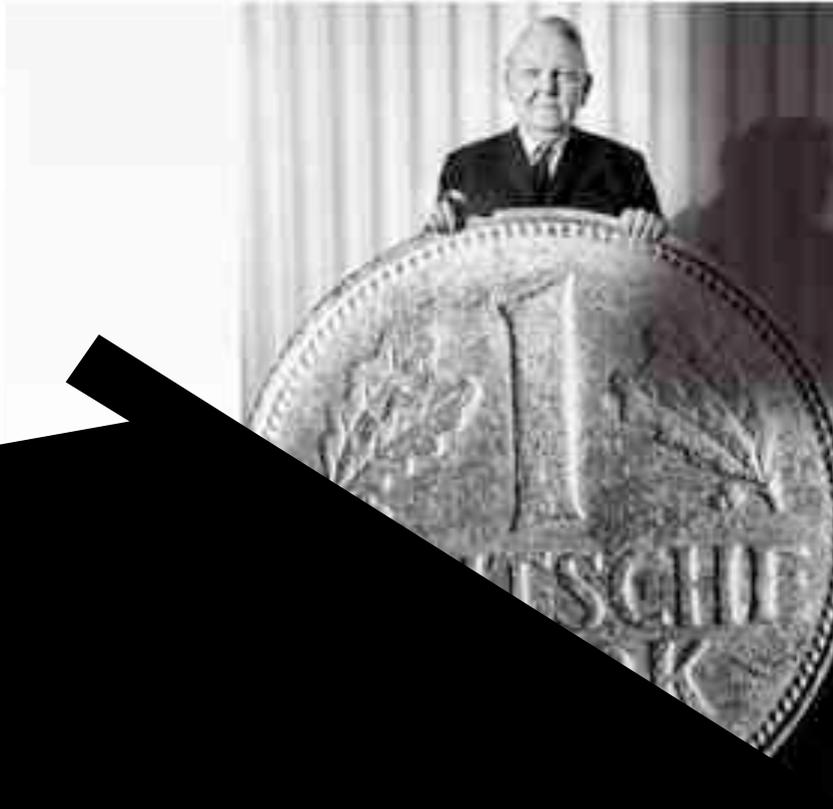
Die Mehrheit der Deutschen fürchtet sich vor einer Inflation. Das geht aus einer Erhebungsfrage der „Bild am Sonntag“ hervor, die am vergangenen Donnerstag 502 Personen wurden. 52 Prozent der Deutschen berichten, dass es zu einer Inflation kommt, 45 Prozent befürchten das nicht. Besonders groß ist die Sorge bei den Rentnern: 63 Prozent der über-65-Jährigen befürchten einen Anstieg der Preise.

Übersicht: [Wirtschaft](#) [Klimawandel](#) [Politiker-Check](#) [Vergleich](#)

Home > Politik > [Bild am Sonntag](#) > Finanzkrise: Brauchen wir die D-Mark wieder?

#### FINANZKRISE

## Brauchen wir die D-Mark wieder?



**Verlässlich?**





Karen-Gaye Clissold is now friends with Tushar Gupta and 10 other people.



4 minutes ago

is now friends with Rumi Kawsar and 4 other people.



facebook

now friends with Tracee Lynn and 6 other

Verbindlich?

Glaubwürdigkeit?  
Verbindlichkeit?  
Verlässlichkeit?  
Vertrauen?

*Sey am Tage  
mit Lust bei den Geschäften,  
aber mache nur solche,  
daß wir des Nachts gut schlafen können.*

Thomas Mann, Buddenbrooks



**Orientierungsverlust**

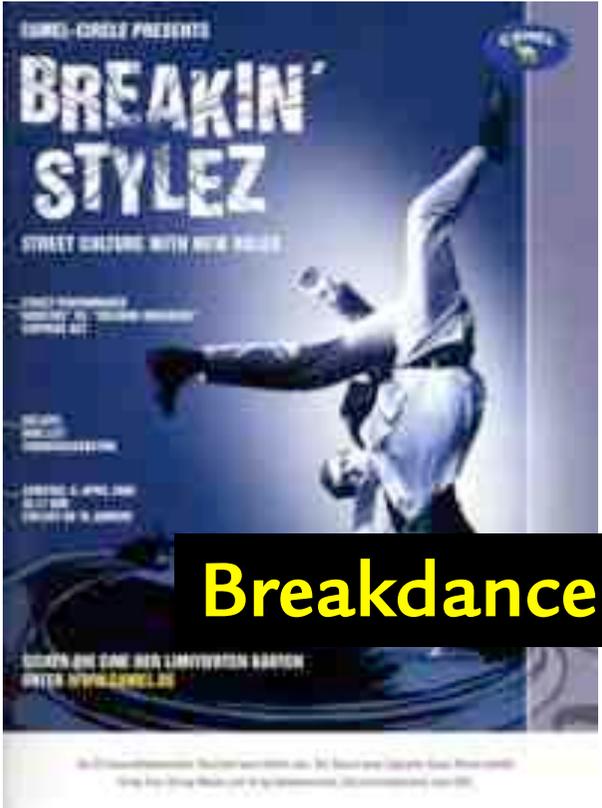


**NIVEA**

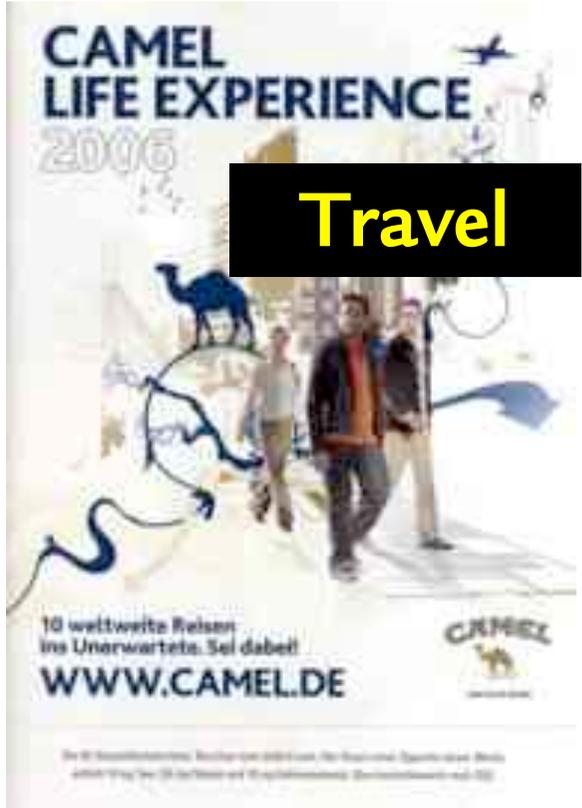
Coca-Cola



**Creativity**



**Breakdance**



**Travel**



**Markenführung in der Echtzeit heißt nicht, jedem Trend hinterherzuhecheln.**

**Markenführung  
in Echtzeit:**

**Back to the roots**





# Glaubwürdigkeit

Beweis in der Realität



**Verbindlichkeit**  
Versprechen halten

# Verlässlichkeit

## Qualität



A close-up photograph of a newborn baby being held by a person. The baby is sleeping peacefully with its eyes closed. The person holding the baby is partially visible in the foreground, their face and hands gently cradling the infant. The background is a soft, out-of-focus light color. A bright yellow rectangular box is overlaid on the bottom right of the image, containing the text 'Vertrauen' and 'Sicherheit' in bold black font.

**Vertrauen**  
**Sicherheit**



Marken brauchen in der Echtzeit mehr denn je  
**Markenwächter.**



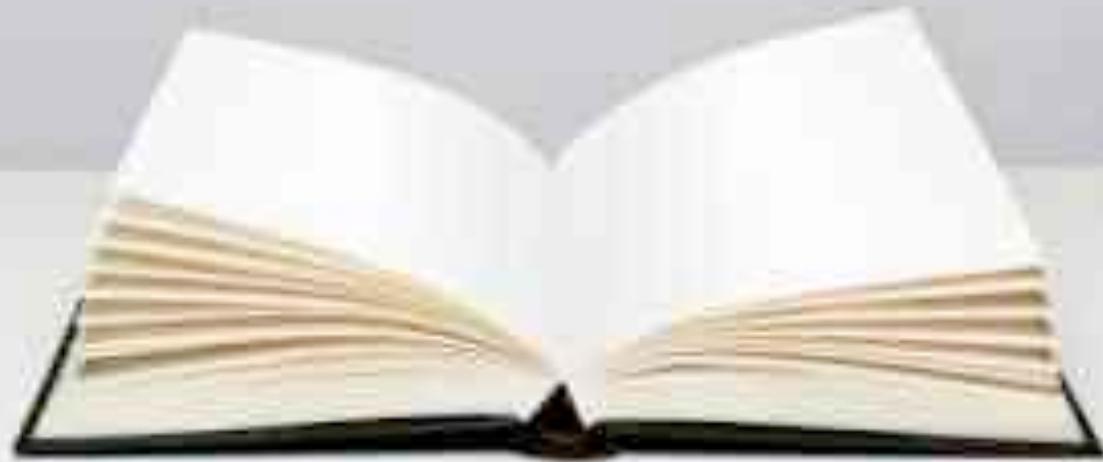
Marken können zu **Fixpunkten** in der **Echtzeit** werden, indem sie Sicherheit und Orientierung bieten und Werte vertreten.

## **#2 Echtzeit verlangt Wahrhaftigkeit.**

**Auf der Basis beständiger Werte.**

**Mit inhaltlicher Relevanz.**

**Als Fixpunkt im Alltag.**



**These**

**#3**

**Kommunizieren  
heißt verkaufen.**

An aerial photograph of a large railway yard or station. The image shows a dense network of parallel tracks, with several trains visible on the tracks. The tracks are arranged in a grid-like pattern, and the overall scene is captured from a high angle, showing the layout of the rail infrastructure.

In der **Echtzeit** werden Kommunikationskanäle zu Vertriebskanälen und umgekehrt.

# Vertriebskanal als Kommunikationskanal:



**Vertriebskanäle sind  
Kommunikationskanäle!  
Viele Marken nutzen jedoch  
Synergien und Potenziale  
nicht konsequent genug aus.**



**Das Trade Marketing:**  
**Bisher gefangen zwischen allen Stühlen.**

Die heutige Realität:

Marketing



Vertrieb





# Das Marketing:

„Die Marke muss gut rüberkommen.“

# Der Vertrieb:

„Wir müssen verkaufen.“



superbillig

**Echtzeit verlangt die Einheit von Marketing  
und Vertrieb!**

**Marketing**



**Vertrieb**



A close-up photograph of a computer keyboard with a yellow diagonal overlay. The overlay is a large, bright yellow shape that starts from the bottom left and extends towards the top right, partially covering the keyboard keys. The text is placed on this yellow background.

**Marketing meets Sales**

**e-Commerce:**

**Der eigene Onlineshop ist kein Kann,  
sondern ein Muss!**

# MARKETING + VERTRIEB

## DAMALS

June 21, 2005

Dell lies. Dell sucks.



Dell lies, Dell sucks.

I just got a new Dell laptop and paid a fortune for the four-year, in-home service.

The machine is a lea

I'm having all kinds

But what really lets

as well just send the

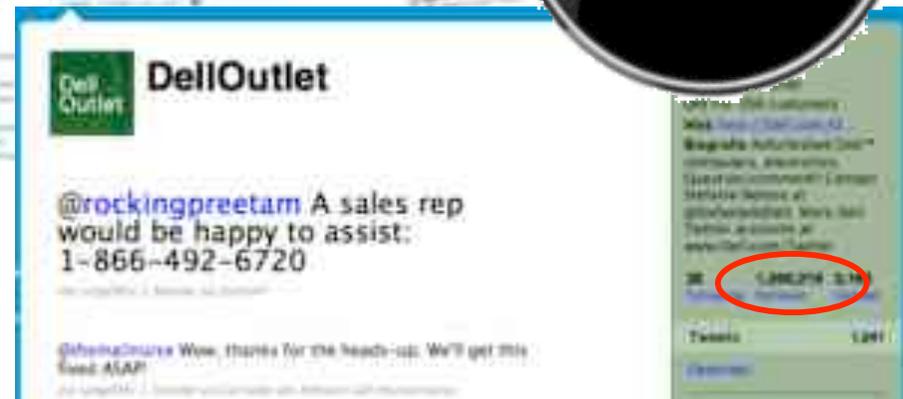
paid for them to FUO

DELL SUCKS. DE

Posted by jarvis at 0



## HEUTE



**\$ 3 Mio.**

Umsatz durch Special Deals an  
Twitter Community.

**Marketing meets Sales**

A photograph of a NIVEA store entrance. The store has a large glass window with the NIVEA logo in white letters on a blue background. The entrance is a curved glass door. The building is made of stone or concrete. A large yellow arrow points from the top left towards the store entrance.

**NIVEA**

**Markenstores**

**Mehr Verkauf in der Marke.**

**Marketing meets Sales**



**Markeninseln**  
**Mehr Marke im Verkauf.**



**Marketing meets Sales**

**Direktberatung**  
Persönlich, direkt, kundennah.

**Marketing meets Sales**



**Direktvertrieb**

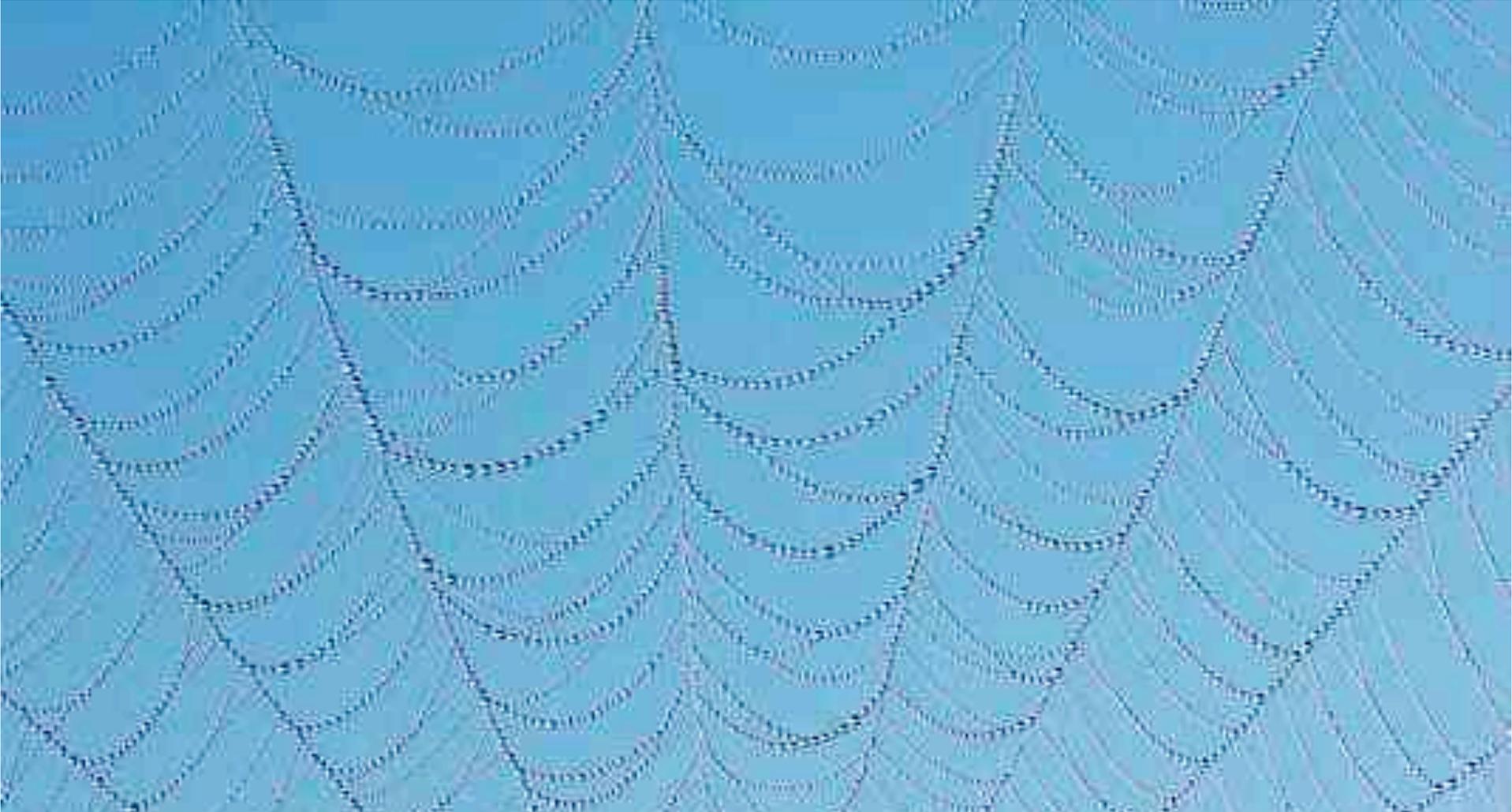
**Privat, vertrauenswürdig, kundennah.**

### **#3 Echtzeit verlangt Umbau.**

**Die Einheit von Marketing & Vertrieb.**

**Mit Markenauftritten am POS.**

**Mit Markenshops in allen Kanälen.**



**Echtzeit** ist kein Internet-Phänomen!  
Die Auswirkungen der Echtzeit betreffen die reale und virtuelle Welt gleichermaßen.

# ECHTZEIT



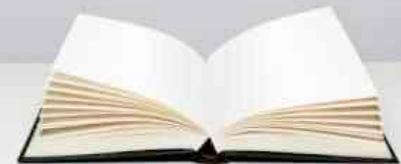
# #1 Echtzeit verlangt Offenheit.



**#1 Echtzeit verlangt Offenheit.**



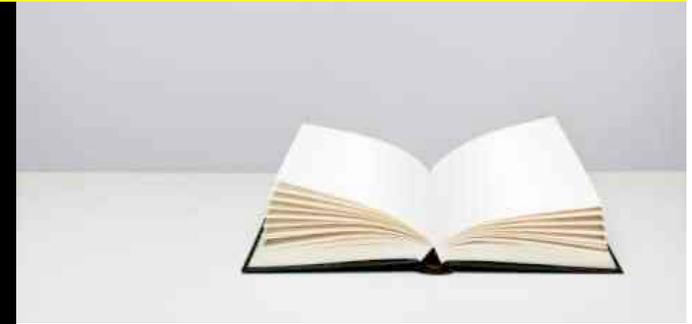
**#2 Echtzeit verlangt Wahrhaftigkeit.**



**#1 Echtzeit verlangt Offenheit.**



**#2 Echtzeit verlangt Wahrhaftigkeit.**



**#3 Echtzeit verlangt Umbau.**



**Echtzeit** ist Zukunftsherausforderung und eröffnet Marken große **Chancen**.

**„Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben.“**



# Ihr Kontakt bei Scholz & Friends



**Henk Knaupe**

**Scholz & Friends Brand Affairs GmbH  
Hanseatic Trade Center  
Am Sandtorkai 77  
20457 Hamburg**

**Telefon: +49-(0)40-808114-100**

**Telefax: +49-(0)40-808114-199**

**Email: [henk.knaupe@s-f.com](mailto:henk.knaupe@s-f.com)**

**Internet: [www.s-f.com/brandaffairs](http://www.s-f.com/brandaffairs)**

S C H O L Z & F R I E N D S

The Orchestra of Ideas®