

Xmas 2.0

Ok, der Kerl war clever. Spannt 12 Leute für die PR ein – den Namen „Jünger“ finde ich ganz niedlich –, macht da die Nummer mit dem teilbaren Brot und den lahmen und blinden Fans, bestellt sich ein paar Girlies ans Grab und verschwindet dann im Off. Auch die Talkshow am letzten Abend war echt krass stark. Und die Vermarktung seiner Memoiren hat super geklappt, selbst Gutenberg hat sie gedruckt. Tolles Design: mattschwarzes Cover, Goldener Schnitt. Innen rotzig viel Text. Aber: die Leute fahren voll drauf ab. Seine Manager sahen heute noch ab: Djeipi-tu, Benedetto und die anderen Kerls im schwarzen oder weiberbuntem Outfit (angeglich sind sie ja solo, offiziell wenigstens, oder homo, gerüchteweise; aber nix mit Weibern in der Öffentlichkeit und so). Der Vatikan als Welthauptstadt des Marketing. Wer hätte das gedacht? Aber heute bekam ich eine Mail, die will ich Ihnen nicht vorenthalten. Und seit dem weiß ich, wie die Kirche und wie Marketing und überhaupt, wie die Leute funktionieren, die ich bisher nie verstanden habe:

- ▶ Weihnachten 2007
- ▶ Wie Weihnachten 2006 gezeigt hat, heißt Weihnachten nicht mehr Weihnachten, sondern X-mas - also muss der Weihnachtsmann auch X-man sein!
- ▶ Da X-mas 2007 quasi schon vor der Tür steht, ist es spätestens seit September höchste Zeit, mit der Weihnachtsvorbereitung zu beginnen - Verzweigung, seit September ist es höchste Zeit, mit dem Weihnachts-roll-out zu starten und die Christmas-Mailing-Aktion just in time vorzubereiten.
- ▶ Hinweis: Die Kick-Off-Veranstaltung (früher 1. Advent) für die diesjährige SANCROS (Santa Claus Road Show) fand bereits am 02.Dezember 2007 statt. Daher wurde das offizielle Come-Together des Organizing Committees unter Vorsitz des CIO (Christmas Illumination Officer) abgehalten.
- ▶ Erstmals haben wir ein Projekt-Status-Meeting vorgeschaltet, bei dem eine In Workshops entwickelte To-Do-Liste und einheitliche Job Descriptions Erstellt wurden. Dadurch sollen klare Centers of Excellence, eine powervolle Performance des Kundenevents und optimierte Geschenk-Allocations geschaffen werden, was wiederum den Service-Level erhöht und außerdem hilft, X-mas als Brandname global zu implementieren.
- ▶ Dieses Meeting diente zugleich dazu, mit dem Co-Head des Global Christmas Markets (früher Knecht Ruprecht) die Ablauforganisation abzustimmen, die Geschenk-Distribution an die zuständigen Private-Schenking-Center (PSC) sicherzustellen und die Zielgruppen klar zu definieren. Erstmals sollen auch sog. Geschenk-Units über das Internet angeboten werden.
- ▶ Die Service Provider (Engel, Elfen und Rentiere) wurden bereits via Conference Call virtuell informiert und die Core-Competence vergeben. Ein Bündel von Incentives und ein separates Team-Building-Event an geeigneter Location sollen den Motivationslevel erhöhen und gleichzeitig helfen, die transnationale Harmonisierung zu fördern und eine einheitliche Corporate Culture samt Identity zu entwickeln.
- ▶ Der Vorschlag, jedem Engel einen Coach zur Seite zu stellen, wurde aus Budgetgründen zunächst gecancelled. Stattdessen wurde auf einer Zusätzlichen Client Management Conference beschlossen, in einem Testmarket als Pilotprojekt eine Hotline für kurzfristige Weihnachtswünsche einzurichten, um den Added Value für die Beschenkten zu erhöhen. Durch ein

ausgeklügeltes Management Information System (MIST) ist auch benchmark-orientiertes Controlling für jedes Private-Schenking-Center (PSC) möglich.

- ▶ Nachdem ein neues Literaturkonzept und das Layout-Format von externen Consultants (Osterhasen Associates) definiert wurde, konnte auch schon das diesjährige Goldene Buch (Golden Book Release 02.1) erstellt werden. Es erscheint als Flyer, ergänzt um ein Leaflet und einen Newsletter für das laufende Updating.
- ▶ Hochauflagige Lowcost-Giveaways dienen zudem als Teaser und flankierende Marketingmaßnahmen. Ferner wurde durch intensives Brainstorming ein Konsens über das Mission Statement gefunden. Es lautet: "Let's keep the candles burning" und ersetzt das bisherige "Frohe Weihnachten". X-man hatte zwar anfangs Bedenken angesichts des Corporate Redesigns, akzeptierte aber letztlich den progressiven Consulting-Ansatz und würdigte das know-how seiner Investor-Relation-Manager.
- ▶ Dem ist nichts mehr hinzuzufügen außer "Let's keep the candles burning".

Ich wünsche Ihnen übrigens frohe, gesegnete Weihnachten. Oder darf man das nicht mehr sagen? – Ups at OBI dann auch.