

## PRESSEINFORMATION

Impulsvortrag beim Business Club Bavaria: Marcel Leeb zeigt neue Aspekte der Vermarktung

### **B.C.B. präsentiert werteschätzendes Marketing**

**München, 19. Mai 2014: Wer sich von der Konkurrenz abheben möchte, der sollte Werte in den Vordergrund stellen. Dies proklamierte Marcel Leeb, Unternehmer, Berater und Coach aus München, beim Business Dinner des Business Club Bavaria.**

Marcel Leeb startete seinen Vortrag mit einem unterhaltsamen geschichtlichen Abriss zur Entwicklung des Marketings von der industriellen Revolution bis heute. Dabei verdeutlichte er, warum jedes Angebot einen funktionalen und emotionalen Nutzen braucht und warum die eigenen Unternehmenswerte heutzutage als dritter, nutzenstiftender Aspekt in der Vermarktung unerlässlich sind.

Es folgten praktische Beispiele von wertorientiertem Marketing aus der Lebensmittel- und Bankenbranche. „Es geht dabei nicht nur um Imagegewinn und steigende Umsätze“, so Leeb. „Es geht vor allem darum, eine tragende Wertekonstruktion zu schaffen, die dann den gesamten Außenauftritt des Unternehmens unterstützt. Nur so zieht man Jackpot-Kunden an – Kunden, mit denen man wirklich gerne arbeitet und die dann auch dem eigenen Unternehmen Wertschätzung entgegen bringen.“ Marcel Leeb ist sich sicher: „Je klarer Sie im Inneren ausgerichtet sind, desto leichter werden Sie genau die Kunden anziehen, die zu Ihnen passen. Und dabei spielen Werte eine ganz zentrale Rolle“.

Am Ende seines Vortrages hielt Leeb in prägnanten Thesen ein Plädoyer für das Nutzen der eigenen Werte in der Vermarktung: „Werte schaffen Einzigartigkeit. Werte schaffen Authentizität. Werte schaffen eine eindeutige Positionierung und Ausrichtung. Werte schaffen Differenzierung.“

Mit den Zuhörern entwickelte sich schnell ein intensiver Austausch darüber, welche Werte im Geschäftsleben wirklich Sinn haben und wie sie sich diese ins Marketing übertragen lassen. Auch in der Diskussion zeigte sich deutlich: Es sind meist die Werte, die das zwischenmenschliche Miteinander gelingen lassen.

„Das zwischenmenschliche Miteinander ist es doch, was auch den B.C.B so erfolgreich macht“, bestätigt Kajetan Brandstätter, Gründer und Präsident des Business Club Bavaria. „Gerade im direkten Kontakt stellt man schnell fest, welche Werte ein potenzieller Geschäftspartner vertritt – und ob er damit auch authentisch wirkt. Und gleiche Werte ziehen sich an, das hat auch Marcel Leeb in seinem Vortrag ganz deutlich gezeigt.“

**Bildmaterial, persönliche Pressegespräche oder Fachartikel jederzeit auf Anfrage**  
Weitere Informationen über Marcel Leeb unter [www.marcel-leeb.de](http://www.marcel-leeb.de)

## PRESSEINFORMATION

### **Business Club Bavaria**

Ein persönliches und vertrauenswürdiges Netzwerk zu schaffen, das ist das Ziel des Business Club Bavaria. Dazu bietet der B.C.B. seinen Mitgliedern effektives und effizientes Kontaktmanagement. Auf einer gut strukturierten Online-Plattform, vor allem aber im persönlichen Kontakt auf zahlreichen Veranstaltungen, entstehen Kontakte von heute und Aufträge von morgen. Auch sonst genießen die Clubmitglieder zahlreiche Vorteile: ein kostenloses hochwertiges Halbtagsseminar, vergünstigte Teilnahme an Business-Treffen sowie attraktive Sonderkonditionen bei den Partnerfirmen. Ein regelmäßig erscheinender Newsletter informiert zudem über Neues aus dem Club. Kajetan Brandstätter, Gründer des Business Club Bavaria, sieht etablierte Unternehmer, Handwerker, Mittelständler oder Politiker genauso als Zielgruppe wie Gründer oder Freiberufler. Weitere Informationen und Anmeldung unter <http://www.business-club-bavaria.de>

### **Pressekontakt:**

Siebler kreativ  
Ralf Siebler  
(089) 307 26-216  
[rs@siebler-kreativ.de](mailto:rs@siebler-kreativ.de)  
[www.siebler-kreativ.de](http://www.siebler-kreativ.de)