

# new business

20.11.06

Infodienst für Werbung Marketing und Medien - Nr. 47/06



Monika Piel, WDR

20 ARD

## Piel soll WDR-Intendantin werden

Die WDR-Hörfunkchefin Monika Piel (Foto 1.) tritt beim Westdeutschen Rundfunk die Nachfolge von Intendant Fritz Pleitgen an

6 EROTIK

## Beate Uhse will Marketing bündeln

Der Flensburger Konzern plant seine internationalen Werbeaktivitäten zu straffen und kontaktiert dafür Network-Agenturen

8 LOTTO BERLIN

## Sechs Agenturen sind zum Pitch geladen

BBDO, MECH, Jung von Matt/Spree, SEA, Meta Design und Flaskamp präsentieren um den siebenstelligen Etat der Deutschen Klassenlotterie Berlin

20/21 MEDIENBRANCHE

## Internationale Übernahmewelle

Während Private Equity-Firmen Reader's Digest und Clear Channel kaufen, bemüht sich RTL um ITV und Springers neuer Partner Dogan um ProSiebenSat.1

17 FUSION

## 'Mussler & Felten' kommt

Dr. Dieter Mussler und Jean-Baptiste Felten werden künftig gemeinsam auf dem Sponsoring-Markt agieren und Sponsoring, PR und Event aus einer Hand anbieten



Felten, Mussler (v.l.)

3 Drei Agenturen ringen um einen Etat des ADAC

4 Vier im Wettbewerb um neue Allianz-Fondsmarke

4 Marc Flood zurück zu Wensauer & Partner

6 Pilot Media holt Betty TV und Pharmakunden

21 Madsack darf den Naumann Verlag übernehmen

25 ProSiebenSat.1 bereitet das interaktive Fernsehen vor

New Business Verlag • Fon 040-609009-0 • Fax 040-609009-77 • www.new-business.de

CP MONITOR  
Portal für Kundenmedien

www.cp-monitor.de



## Neugründung

**Dr. Mussler & Partner und Felten & Cie gehen künftig gemeinsame Wege****Dr. Dieter Mussler, Jean-Baptiste Felten und Timo Mussler bilden das Gesellschaftertrio von 'Mussler & Felten'**

Kennen tun sich beide schon seit etlichen Jahren, nicht zuletzt aus ihrer gemeinsamen Vorstandsarbeit im Fachverband für Sponsoring (FASPO), jetzt haben sich die beiden Sponsoring-Spezialisten **Dr. Dieter Mussler** und **Jean-Baptiste Felten** auch auf operativer Ebene zusammengeschlossen. Damit entsteht zum 1. Januar 2007 ein länderübergreifender wichtiger Player im Sponsoring-Markt. Die in Frankfurt beheimatete Beratungsgruppe **Dr. Mussler & Partner** fusioniert mit der in Tägerwilen/Schweiz ansässigen **Felten & Cie AG**, um nach eigener Aussage "auf einer breiteren Basis noch besser den Anforderungen des Kommunikationsmarktes entsprechen zu können". Beide Agenturen sind hinsichtlich Leistungsspektrum und Kundenstruktur vergleichbar aufgestellt. In Zukunft firmiert das Unternehmen unter 'Mussler & Felten, Beratungsgruppe Kommunikation' und beschäftigt zwölf Mitarbeiter – mit steigender Tendenz, wie Felten und Mussler betonen. "Von der Personal-Stärke her finden wir uns jetzt unter den Top Ten der Spezialagenturen wieder", so Felten. Hinzu kommen feste Partner, mit denen Dr. Mussler bereits seit Jahren eng zusammenarbeitet, so dass das gesamte Team aktuell bei rund 20 Mitarbeitern liegt. Die bisherigen Standorte bleiben bestehen. Ergänzt wird das neue Gesellschafterduo von **Timo Mussler**, Sohn von Dieter Mussler, der zuvor sieben Jahre lang bei dem Konzern Haniel tätig war, zuletzt in der Vertriebsleitung. Gemeinsam mit Felten soll er künftig das Neugeschäft der Agentur vorantreiben.

**Dr. Dieter Mussler**

Sein beruflicher Weg führte ihn vom Objektleiter beim Burda Verlag in Offenburg zum Geschäftsführer der NUR Touristik sowie der Neckermann Eigenheim, beide in Frankfurt. 1986 wurde Mussler vom Nationalen Olympischen Komitee (NOK) und der Stiftung Deutsche Sporthilfe mit der Gründung der Agentur Deutsche Sportmarketing und der Vermarktung der Olympischen Ringe beauftragt. Seit 1988 ist er selbstständig als Marketing- und Kommunikationsberater tätig mit Schwerpunkt PR und Sponsoring. Mussler fungiert seit 2002 als Vorstandsmitglied und Vizepräsident des Fachverbandes für Sponsoring (FASPO).

Der Entschluss, künftig gemeinsam auf dem Markt zu agieren, beruht nach eigenen Angaben vor allem auf einer "gleichen Denke in der Kommunikation". Das Stichwort heißt hier: integrierte Kommunikation. Bei der Umsetzung stehen die Themen und nicht die Instrumente im Vordergrund. Dr. Mussler erklärt: "Wir sehen die verschiedenen Felder in der Kommunikation wie PR, Sponsoring und Event nicht mehr getrennt. Die Klammer bildet immer ein Thema, das das Unternehmen in seiner Kommunikation unterstützt und weiterbringt. Das Thema ist die Botschaft, und die wird über die Instrumente

transportiert, die am zweckdienlichsten für die Realisierung des Projektes sind."

Darüber hinaus spielten bei der Fusion auch gemeinsame Interessen bezüglich der künftigen persönlichen Ausrichtung



v.l. Jean-Baptiste Felten, Dr. Dieter Mussler und Timo Mussler

auf dem Markt eine Rolle. So wollte Dieter Mussler sein Unternehmen, das er bislang als Alleingesellschafter führte, auf weitere Schultern legen. Jean-Baptiste Felten wiederum suchte eine Möglichkeit, sich stärker auf dem deutschen Markt zu etablieren.

Das Leistungsspektrum von Mussler & Felten umfasst die konzeptionelle und kreative Lösung von Kommunikationsaufgaben, wobei der Fokus auf den erlebnisorientierten und emotionalen Kommunikationsformen Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring und Event-Marketing liegt. Auf dem Sponsoring-Sektor werden sämtliche Bereiche abgedeckt, von Sport über Kultur bis hin zu Public. Durch seine Tätigkeit im FASPO als Vorstandsmitglied und Leiter der Arbeitskreise 'Kultur-sponsoring' sowie 'Bildungs- und Wissenschaftssponsoring' wird Dr. Mussler eher in diesen Sponsoring-Disziplinen angesiedelt, doch wer seinen Lebenslauf kennt, weiß, dass er ursprünglich aus dem Sport kommt und früher für das Nationale Olympische Komitee tätig war. Felten wiederum ist hierzulande insbesondere über seinen Kunden WestLB und dessen Engagement beim Eishockey-Bund bekannt sowie über seine frühere Tätigkeit bei der CWL Gruppe. Durch den Zusammenschluss deckt Mussler & Felten ein breites Spektrum an Branchen in ihrem Kundenportfolio ab: Immobilien (u.a. DIFA, Dekra), Finanzdienstleister (u.a. KfW Bankengruppe, BVR, WestLB, LGT), Chemie (BASF), Energie (u.a. Erdgas Ostschweiz) und Touristik (Tirol Tourismus). ➤

Für die Zukunft sei man genau richtig aufgestellt, heißt es von Dr. Mussler und Felten. "Auch wenn fast alle großen Agentur-Netzwerke mittlerweile das Thema Sponsoring abdecken, sind wir davon überzeugt, dass Spezialagenturen wie Mussler & Felten nach wie vor ihren festen Platz im Markt haben. Das gilt vor allem für die Sponsoring-Bereiche, in denen es nicht um vorgefertigte Konzepte geht – wie häufig im Sport – sondern um Konzepte, die zu den Produkten, Dienstleistungen und Marken des Unternehmens passen", so Felten. "Wir sind überzeugt, dass der anspruchsvolle Verbraucher in Zukunft noch stärker hinterfragen wird, warum sich ein Unternehmen bei einem bestimmten Projekt engagiert. Wir liefern Sponsoring-Konzepte, bei denen sich diese Frage erst gar nicht stellt." Und Dr. Mussler ergänzt: "Früher gab es einmal bei Mussler & Partner Überlegungen, sich einem Agentur-Netzwerk anzuschließen, aber bei näherer Betrachtung des Marktes stellten wir fest, dass wir durch unser Spezialisten-Netzwerk flexibler aufgestellt sind. Das wissen auch die Unternehmen zu schätzen." (yw)

### **Jean-Baptiste Felten**

begann seine berufliche Laufbahn 1985 bei Zintzmeyer & Lux, Zürich, als Kundenberater. 1986 wechselte er nach Hamburg zu Scholz & Friends und 1988 zu Team/BBDO Hamburg als weltweiter Etadirektor. Zwei Jahre später kehrte Felten als Vice President Corporate Communications der ABB Asea Brown Boveri in die Schweiz zurück. 1994 erfolgte der Eintritt in die Geschäftsleitung der CWL Gruppe (der heutigen Infront). 1999 gründete er die Agentur Felten & Compagnie in Tägerwilen/Schweiz.