

CLUB

NEWS

märklin
Insider

6/2004



»Mythos Märklin«

Weltweit größte Märklin-Ausstellung im Vienna Art Center

■ **Insider Club-News 6/2004**

Clubinfos

Insider-Mitgliedschaft 2005. 03

Produktinfos

Aktuelles von Märklin 04

Werbemodelle 08

Märklin Systems 16

Veranstaltungen

Eröffnung: 1. Märklin Store 06

Märklin-Insider-Stammtische 07

Märklin-Kunstaussstellung in Wien. 10

Modellbahn Treff 2005 »High-Speed-WM« 12

Ausstellungen 13

»Semmering-Reise« 14

Jahrespressekonferenz 20

Titel: Mythos Märklin – Spur-1-Straßenbahn von 1910

Rücktitel: »Insider werben Insider«

Dieser Ausgabe liegen bei:

- Märklin Magazin 6/2004
- Jahrbuch-Gutschein
- Seminarbroschüre
- Anmeldeformular »Insider werben Insider«

Herausgeber

Gebr. Märklin & Cie. GmbH
Holzheimer Str. 8 • D-73037 Göppingen

Redaktionsleitung Märklin-Kundenclubs

Nina Beranek

Redaktionsadresse

Märklin-Insider • Postfach 9 60 • D-73009 Göppingen

Redaktion und Gestaltung

Dietmar Kötzle (verantwortlich)
Katrin Joret • Silvia Römpf

Redaktion International

Stéphan Dandrel • Fred Gates • Eric Goris •
Frans Jeltens • Markus Jurt

Fotos

Soweit nicht anders angegeben: Märklin-Insider.

Änderungen und Liefermöglichkeiten aller erwähnten Produkte vorbehalten. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Einwilligung. Dies gilt auch für die Aufnahme in elektronische Datenbanken und Vervielfältigungen auf CD-ROM.

Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen.

Alle Terminangaben ohne Gewähr.

174 254 – 12 2004 au © by Gebr. Märklin

Die Club-News sind ein exklusiver Bestandteil dieser Aussendung für Insider-Club-Mitglieder.

Kommunikation

Kundenbetreuung

Telefonisch Montag – Freitag 8.30 – 17.00 Uhr

Samstag 9.00 – 13.00 Uhr

+49 (0) 71 61/608-222

technikfragen@maerklin.de

insider@maerklin.de

Ersatzteilberatung

Telefonisch Montag – Freitag

8.30 – 12.00 Uhr und 13.00 – 15.30 Uhr:

+49 (0) 71 61/608-286 • Fax: -344

ersatzteile@maerklin.de

Reparaturen

Telefonisch, Zeiten wie bei Ersatzteilberatung:

+49 (0) 71 61/608-554 oder -553

reparaturen@maerklin.de

Internet

www.maerklin.com

Während der Saison
1.12.04 – 28.02.05
auch Samstags

Ziehen Sie demnächst um?

Bitte teilen Sie uns rechtzeitig Ihre neue Anschrift mit!
Ein Nachsendeantrag bei der Post reicht nicht aus!
Vielen Dank.

Editorial

Sehr geehrte Damen und Herren,

in den vergangenen zwei Jahren hat das zurückhaltende Kaufverhalten in Deutschland das Hobby Modelleisenbahn massiv getroffen.

Davon blieb auch Märklin nicht verschont. Trotz allem sieht das Unternehmen optimistisch in die Zukunft. Warum, das können Sie ausführlich in der Rede von Märklin-Geschäftsführer Paul Adams anlässlich der Märklin-Jahrespressekonferenz in Stuttgart lesen.

Märklin hat, wie die »Wirtschaftswoche« kürzlich schrieb, »Kultstatus«. Auch international gilt Märklin als Mythos. In der Ausstellung »Mythos Märklin – dem Spiel auf der Spur« im Vienna Art Center, der größten jemals gezeigten Ausstellung mit Märklin-Exponaten, legen davon über 1000 Märklin-Produkte aus der 145-jährigen Geschichte des Hauses Zeugnis ab.

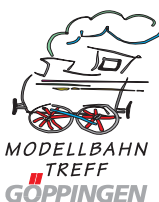
Wir freuen uns auf Sie im nächsten Jahr. Viele verbesserte Leistungen erwarten Sie. Das Märklin Magazin erhält einen äußerlich völlig neuen und übersichtlicheren Auftritt und nimmt im Inhalt noch stärker Bezug auf Technik und Modelle. Mit dem Katalognachfolger »Jahrbuch« erhalten Sie ein umfassendes Nachschlagewerk in Sachen Märklin für das ganze Jahr.

Für die bevorstehenden Festtage wünschen wir Ihnen vor allem Ruhe und Gesundheit, sowie Entspannung bei unserem »schönsten Hobby der Welt«.

Ihre Insider-Redaktion

Modellbahn Treff 2005: 11. und 12. Juni

Der 5. Modellbahn Treff wirft seine Schatten voraus. Bitte notieren Sie in Ihrem Terminkalender dieses Märklin-Wochenende. Freuen Sie sich auf attraktive Aktionen wie z.B. Highspeed/Formel 1, eine Auktion oder einen Draisine-Wettbewerb für Kinder. Für eventuell weniger modellbahninteressierte Damen gibt es einen großen Käthe-Kruse-Stand. Näheres erfahren Sie in unseren nächsten Ausgaben.



Märklin-Seminare: Sonderkonditionen für Clubmitglieder.

Unserer heutigen Aussendung liegt die aktuelle Seminar-Broschüre bei. Sie enthält die 2005 angebotenen internen und externen Märklin-Seminare.

Das Interesse unserer Mitglieder an Märklin-Seminaren ist sehr groß. Falls Sie sich für eines der angebotenen Seminare interessieren, sollten Sie sich bitte umgehend schriftlich anmelden, da die zur Verfügung stehenden Plätze erfahrungsgemäß schnell ausgebucht sind. Für unsere Mitglieder gibt es wieder vergünstigte Konditionen. Bitte vergessen Sie also nicht, bei der Anmeldung Ihre Insider-Mitgliedsnummer anzugeben, damit wir Ihnen diese Insider-Sonderkonditionen gewähren können. Alles Weitere ist in der Broschüre beschrieben. Wir würden uns freuen, Sie bei einem dieser Seminare begrüßen zu können.



Ihre Insider-Mitgliedschaft 2005

● Verlängerung der Mitgliedschaft

Für Ihr Vertrauen in unsere Leistungen bedanken wir uns herzlich. In diesen Tagen erhielten, bzw. erhalten alle unsere Rechnung für das Jahr 2005, die sich vor dem 31. März 2004 angemeldet haben, bzw. bereits die Jahre zuvor Mitglied waren. Für alle die sich danach angemeldet haben, gilt das seit 2004 eingeführte »persönliche« Mitgliedsjahr, das nicht mehr dem Kalenderjahr entspricht. Diese Mitglieder erhalten die Rechnung zur Verlängerung ca. einen Monat vor Ablauf ihres Mitgliedsjahres. In dieser ist alles Weitere zur Verlängerung Ihrer Insider-Mitgliedschaft vermerkt.

● Insider-Jahreswagen 2005

Im Zusammenhang mit dem im Mitgliedsbeitrag enthaltenen Insider-Jahreswagen erhalten wir viele Anregungen und Wünsche. Besten Dank dafür. Nach wie vor ist eine große Mehrzahl aller Mitglieder der Meinung, die bisherige Linie mit vorbildorientierten Modellen und einer gewissen Wagenvielfalt beizubehalten. In diesem Sinne würden wir uns freuen, wenn die für 2005 ausgewählten Wagen (Abbildungen unten) Ihre Zustimmung finden. Den Gutschein dafür erhalten Sie wie immer im August des nächsten Jahres.

Auch für die Zukunft legen wir auf Ihre Meinung größten Wert. Bitte schreiben Sie uns einfach wieder eine Postkarte oder eine E-Mail mit Ihrem Jahreswagen-Wunsch für das Jahr 2006.

● Sonderartikel für Jubilare

Diese Modelle werden – bis auf weiteres – für das fünf- oder zehnjährige Jubiläum (jeweils vollendete Jahre) eines Insider-Mitgliedes angeboten. Die Bestellung muss spätestens zum auf dem Bestellschein genannten Termin beim Händler vorliegen. Mitte des nächsten Jahres, voraussichtlich zusammen mit dem Gutschein für den Jahreswagen, senden wir diesem Personenkreis automatisch dafür den entsprechenden Bestellschein, ähnlich den bekannten Formularen zur Bestellung von Insider-Produkten, zu.

● Exklusive Produkte für Insider-Mitglieder

Auch 2005 bietet die Märklin-Händler-Initiative unseren Mitgliedern wieder interessante Exklusiv-Produkte an. Bei den ausgewählten Modellen haben wir uns stark an den Wünschen unserer Mitglieder orientiert. Leider hat es zur Vorstellung des H0- und des Z-Modells zur IMA in Köln nicht gereicht. Mit unserer ersten Ausgabe im neuen Jahr informieren wir ausführlich und Sie erhalten persönlich auf Ihren Namen ausgestellte Bestellscheine zu diesen Produkten.



Jahreswagen 2005
oben Z, rechts H0



Neues Katalogkonzept

■ Märklin-Jahrbücher

In unseren letzten Ausgaben hatten wir bereits die Änderung des Katalogkonzeptes angekündigt: ab 2005 ersetzen drei einzelne »Märklin-Jahrbücher« für die Spurweiten H0, Z und 1 den bisherigen Gesamtkatalog. Die Neuheiten und die Exportneuheiten des aktuellen Jahres 2005 sind bereits integriert.

Alle Jahrbücher sind im Format DIN A4 quer, mit Hardcover-Umschlag und stärkerem Papier hochwertig ausgestattet. Klar strukturierte Produktinformationen unterstreichen die Wertigkeit von Märklin-Modellen und sorgen dafür, dass sich der Leser sofort zurechtfindet.

Jahrbuch 2005 • H0

456 Seiten, Euro 10,00

Jahrbuch 2005 • Z

176 Seiten, Euro 6,50

Jahrbuch 2005 • 1

176 Seiten, Euro 6,50

CD-ROM 2005

alle Spurweiten, Euro 8,00

Bundle 2005

3-er Set, inklusive CD-ROM, Euro 20,00

*Einmalig 2005:
für Insider
das komplette
Jahrbuch-Bundle!*

Bücher, CD-ROM und Bundle: Verfügbar ab 10. Februar 2005

Unsere Mitglieder erhalten mit dieser Ausgabe einen Gutschein, der 2005 zum einmaligen Bezug des Bundles berechtigt. Damit ist es sicherlich zu verschmerzen, dass der »Katalog« erst im neuen Jahr geliefert wird. Für 2006 bitten wir Sie auf dem aktuellen Gutschein anzukreuzen, welches Jahrbuch Sie zukünftig haben möchten. Bei einer Zuzahlung von Euro 10,00 bei Abgabe des Gutscheins beim Märklin-Händler erhalten Sie ab 2006 ebenfalls das komplette Bundle.

Terminplanung 2005

Ausgabe	Erscheinungstermin	Bestell-/Gutschein Sonstiges	Abgabe beim Händler (spätestens)
1	Anfang Februar	H0-Produkt Z-Produkt	Ende Mai Ende Mai
	März/April	Jahreschronik	
	Mitte April	Clubkarte	
2	Anfang April		
3	Anfang Juni	Spur-1-Produkt	Ende Juli
4	Anfang August	Insider-Jahreswagen 1. FC-Jahreswagen Produkte für Jubilare	Mitte September Mitte September Mitte September
5	Anfang Oktober		
	November	Rechnung	
6	Anfang Dezember	Jahrbuch	

Änderungen bleiben vorbehalten.

Bitte beachten Sie die genauen Terminangaben in der jeweils aktuellen Ausgabe. Bestell- und/oder Gutscheine liegen der jeweiligen Ausgabe bei. Clubkarte und Rechnung werden separat versandt. Reklamationen wegen fehlender Ausgaben oder fehlender Inhaltsteile können nur bis Mitte des Folgemonats bearbeitet werden.

■ **Neuheiten Schau 2005**

Vor der Spielwarenmesse werden Anfang 2005 von ausgesuchten Fachhändlern Neuheiten Schauen der Märklin- und Trix-Neuheiten 2005 angeboten. Ab Dezember 2004 finden Sie unter

www.maerklin.de

entsprechende Listen der teilnehmenden Händler.



Aktuelles von Märklin

**Insider-Jahreswagen 2004
Artikelnummer 46201 (H0) und 80314 (Z)**

Ihr Insider-Jahreswagen 2004 – den Sie mit Ihrem Gutschein beim Händler bestellt haben – liegt dort zur Abholung bereit. Bitte holen Sie Ihren Wagen, falls noch nicht geschehen, in den nächsten Tagen ab.

**Weihnachts-Kaffebecher
Collection-Shop-Artikelnummer 10121**

Dieser Kaffebecher (natürlich auch für Glühwein oder sonstige Flüssigkeiten zu verwenden) eignet sich ideal als kleines Weihnachtsgeschenk für jeden Märklin-Fan. Erhältlich ist er im Märklin-Museum (kein Versand) oder beim Collection Shop zum Preis von Euro 6,90.

Märklin Collection Shop
Nordstr. 46, D-35114 Haina-Löhlbach
Tel.: +49 (0) 64 55/75 57 75, Fax: +49 (0) 64 55/75 57 28
www.shop.maerklin.de, collectionshop@maerklin.de

**Weihnachts-Startset
Artikelnummer 81522 (Z)**



Was gibt es Schöneres für einen Z-Modellbahner als an Weihnachten seinem geliebten Hobby mit einem entsprechenden Weihnachts-Set zu fröhnen? Die Setverpackung lässt sich als kleine festliche Anlage aufbauen und unter den Weihnachtsbaum stellen. Eine Freude für Groß und Klein.

**7. MHI-Versammlung
H0-Modell Art.-Nr. 37201 und Z-Sonderwagen**

Aus Anlass der 7. Versammlung der Märklin-Händler-Initiative in Göppingen, wurde allen teilnehmenden Händlern das Modell einer V32 in Fotoanstrich angeboten. Maximal zwei Stück konnten geordert werden. Jeder Teilnehmer erhielt außerdem den abgebildeten Z-Sonderwagen.



und zu Märklin-Produkten

Märklin-Jahrbücher

Auf Seite 3 haben wir über das neue, ab 2005 gültige Jahrbuchkonzept, informiert. Ihre Gutscheine dafür können Sie wie gewohnt über den Märklin-Fachhandel einlösen. Auch bei einem Besuch im Märklin-Museum erhalten Sie dafür Jahrbücher. **Bitte beachten Sie aber, dass der Collection Shop keine Märklin-Jahrbuch-Gutscheine einlösen kann.**

Auspuffschläge beim Insider-Modell der BR 05 Artikelnummer 37050 (H0)

Am 10-fach Codierschalter der Digitalelektronik des Lokmodells 37050 kann am Schalter 9 die Ansteuerung der Auspuffschläge variiert werden. In Stellung »off« (Werkseinstellung) sind pro Achsumdrehung 3 Auspuffschläge hörbar. Dadurch sind auch bei höheren Geschwindigkeiten die einzelnen Auspuffschläge noch unterscheidbar. Wer wie beim Vorbild jedoch 6 Auspuffschläge pro Radumdrehung hören möchte, kann dies durch Umstellen des Codierschalters 9 auf Stellung »on« erreichen. Der Schalter 10 (0) ist übrigens ohne zusätzliche Funktion. Lassen Sie ihn daher immer in der Stellung »off« stehen.

Insider-Neuheit 2005 Spur-1-Modell der Baureihe 44

Auf der diesjährigen IMA in Köln wurde bereits das Insider-Spur-1-Modell 2005 gezeigt. Wieder handelt es sich um ein absolutes Kompetenzmodell das zeigt, was heute in punkto Spur 1 bei Märklin möglich ist. Fahrgestell, Lokaufbau und Tender sind vorwiegend aus Metall. Mit Digital-Decoder, geregeltm Hochleistungsantrieb und Geräuschgenerator mit mehreren Funktionen ist ein Betrieb mit Wechselstrom oder mit Märklin Delta, Märklin Digital oder Märklin Systems möglich. Fünf Achsen werden angetrieben. Unter anderem wartet das Modell mit einer Triebwerksbeleuchtung, Dampflok-Betriebsgeräusch, Pfeifsignal und Telex-Kupplungen auf. Anfah- und Bremsverzögerung, sowie weitere Betriebsgeräusche sind mit Systems digital schaltbar. Freuen Sie sich auf unser konkretes Angebot im nächsten Jahr.

Als Vorbild dient die legendäre schwere Güterzuglokomotive Baureihe 44 der Deutschen Bundesbahn (DB) in der Ausführung mit offener Frontschürze und Witte-Windleitblechen. Das detaillierte Angebot mit Preis erhalten unsere Mitglieder mit einer der nächsten Ausgaben. Die Lokomotive wird in einer einmaligen Serie nur für Insider-Mitglieder gefertigt. Die Auslieferung ist ab Herbst 2005 vorgesehen.

*Spur 1
Insider-Modell
2005*



Ab Anfang Dezember 2004 können Sie Ihr Mobiltelefon mit einer ganz besonderen Signalwirkung ausstatten: Von unseren geschützten Internet-Seiten für Insider und Mitglieder des 1. FC-Märklin können Sie sich Originalsounds und Hintergrundbilder als MMS auf Ihr Handy (ist nur in deutschen Handynetzen möglich) senden lassen – und zwar kostenlos!

Wenn Ihr Gerät die technischen Voraussetzungen für den Empfang von MMS-Nachrichten erfüllt und die Weiterleitung bei Ihrem Anbieter aktiviert ist, gehört auch bald Ihr Handy zu einer limitierten Sonderreihe, denn der Download der originellen Klingeltöne steht pro Tag nur 33 mal zur Verfügung!

Anfang 2005 werden wir solche Angebote auch im öffentlichen Bereich einrichten, doch das Big Boy-Signal ist auf jeden Fall exklusiv für unsere Clubmitglieder erhältlich.

Also schnell einloggen und downloaden unter www.maerklin.de/clubs



Neuausrichtung des Märklin-Händlernetzes

Erster Märklin Store in Tübingen eröffnet



Von außen wie von innen: freundliche und einladende Atmosphäre kennzeichnen den ersten Märklin Store. Märklin-Geschäftsführer Stephan Unser (im Bild rechts) beglückwünscht Matthias Banhart zum gelungenen weltweit ersten Märklin Store.



Der Erfolg der Marken Märklin und Trix hängt neben attraktiven Produkten auch wesentlich von der konsequenten Umsetzung der Produktphilosophie ab, die sich hinter diesen Marken verbirgt. Dem einheitlichen Markenauftritt (Corporate Identity genannt) und der Kundenorientierung kommt dabei eine herausragende Bedeutung zu. Dieser konsequente Marken- und Produktauftritt am Markt wird in nächster Zeit zu einer Neuausrichtung des Märklin-Distributionskonzepts führen. Eine wesentliche Rolle fällt dabei den »Märklin Stores« zu. Dies sind Stützpunkthändler mit einem einheitlichen, dem Märklin-Erscheinungsbild entsprechenden Markenauftritt. Geführt wird neben dem Märklin- und Trix-Sortiment zusätzlich nur noch ein ausgewähltes Zubehör-Sortiment. Auch der übrige Märklin-Handel präsentiert nach und nach das Märklin/Trix-Sortiment in einem neuen Markenauftritt (Shop-in-Shop etc.) und trägt damit zu mehr Kompetenz, Einkaufserlebnis und Präsenz für den Märklin-Anwender bei.

Freundliche und aufgeräumte Atmosphäre

Der erste dieser Märklin Stores entstand in Tübingen. Eröffnung feierte man am 16. Oktober 2004. Das Geschäft in der Froschgasse – in der

weltbekanntem Tübinger Altstadt gelegen – verspricht schon von außen, was es innen dann auch hält: Freundliche und aufgeräumte Atmosphäre. Die speziell auf die Ansprüche des Märklin-Sortimentes designten Regale und Vitrinen präsentieren ansprechend alle Märklin- und Trix-Spuren. Hier unterhält man sich bei einer kleinen Erfrischung gerne mit dem kompetenten Fachpersonal über alle Fragen zum Thema Märklin oder Trix mit allem, was dazu gehört. Die Auswahl an Märklin-Produkten ist umfassend. An einer kleinen Schauanlage oder an der Digitaltheke können vor Ort alle Modelle gleich getestet oder auftretende Fragen sofort geklärt werden. Ein ausgesuchtes Zubehörsortiment rundet das Angebot im Märklin Store ab. Aus Anlass der Eröffnung des ersten Märklin Stores gab es dort den oben abgebildeten Sonderwagen.

Am besten Sie schauen bei passender Gelegenheit einmal selbst in Tübingen vorbei. Der

Märklin Store
M. Banhart GmbH
 Froschgasse 5
 72072 Tübingen
 Tel.: 07071/550449

www.maerklin-partner.de/maerklin-store-tuebingen

freut sich auf Ihren Besuch.

Insider-Stammtische

Durch entsprechende Veröffentlichungen unterstützen wir »Insider-Stammtische«. Berücksichtigt werden können nur Adressen für private Treffen von Mitgliedern des Märklin-Insider-Clubs. Wir veröffentlichen keine gewerblichen und keine Angebote von Modellbahnvereinen. Auch übernehmen wir keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben, der Inhalte oder für das Zustandekommen und den Fortbestand der Stammtische. Bei den veröffentlichten Adressen handelt es sich um bestehende Stammtische oder Personen, die an einer Gründung interessiert sind. Wir unterscheiden nicht und bitten, alles Weitere mit den Ansprechpartnern abzustimmen. Bitte haben Sie Verständnis, dass keine Adressenvermittlung am Telefon, per Fax oder E-Mail möglich ist.



Eine große Bitte:

Sollten sich zwischenzeitlich bei den veröffentlichten Adressen Änderungen (Umzug, Auflösung etc.) ergeben haben, bitten wir um Info. Vielen Dank.

- **13409** Berlin, Sven Richter, Tel.: 01 77/3 30 65 65
www.mist1.de, sven@mist1.de
- **17449** Karlshagen, Hauptstr. 49, Hartmut Reinhold
Tel./Fax: 03 83 71/2 03 71
- **23552** Lübeck + **24103** Kiel, Peter Wulf
Tel.: 0 43 81/74 17, www.mit-nord.de, insidertreff-nord@gmx.de
- **25336** Elmshorn, Franz Hochscherf, Tel.: 0 41 21/6 38 11
FranzHochscherf@aol.com (nur Mini-Club-Stammtisch)
- **25541** Brunsbüttel, Jörg Wagner, Tel.: 0 48 52/53 37 35
- **25479** Ellerau, Bernd Michaelens, Tel.: 0 41 06/7 54 60
www.hamst.de, info@hamst.de
- **28876** Oyten, Linertstr. 20 A, Luer Cordes
Tel.: 0 42 07/80 34 38, luer.cordes@vertrieb.bkm.de
- **31832** Springe, K.-Kollwitz-Str. 21, Holger Kehrstädt
Tel.: 0 50 41/97 14 15, Deister-Ice@gmx.de
- **32257** Bünde, Nelkenstr. 4, Hans Bechinka
Tel. + Fax: 0 52 23/4 34 16
- **34277** Fuldabrück, Manfred Mayer, Tel.: 0 56 65/28 93
M.Baer@t-online.de, www.kist-nh.de
- **41352** Korschenbroich, Tulpenweg 15, Berthold Thiele
Tel.: 0 21 61/64 31 46
- **41468** Neuss, Michael Flügel, Tel.: 0 21 31/36 50 15
fluegelmichael1@aol.com
- **45279** Essen, Imandstr. 60, Burkhard Ascher
Tel.: 0 20 1/52 13 30, www.stammtisch-ruhrpott.de
info@stammtisch-ruhrpott.de
- **47055** Duisburg, Fasanenstr. 19, Wolfgang Eisenmann
wanheimerort@gmx.de
- **50181** Bedburg, Desdorfer Weg 12, Norbert Burkert
Tel.: 0 22 72/46 84
- **54332** Wasserliesch, Kordelstr. 25, Günter Schröter
Tel.: 0 65 01/1 22 80
- **55126** Mainz, Am Finther Wald 32, Stephan Türk
Tel.: 0 61 31/47 67 71, tuerk@mpip-mainz.mpg.de
und Stefan Reh, stefan@wuellner-reh.de
- **55566** Bad Sobernheim, Stettiner Str. 8, Robert Nagel
robnag@web.de
- **58507** Lüdenscheid, Brinker Höhe 21, Heiko Becker
Tel.: 0 23 51/56 81 53, hei.becker@12move.de
- **59065** Hamm, Heinrich-Lübke-Str. 30, Harald Kaiser
Tel.: 0 23 81/2 68 76
- **63150** Heusenstamm, Wiesenweg 23, Adolf Dworsky
Tel.: 0 61 06/39 86,
- **66130** Saarbrücken, Saargemünder Str. 154, Burkhard Eins
Tel.: 0 68 1/8 73 95 07 und 0 1 78/5 56 94 62,
eins@htw-saarland.de
- **67346** Speyer, Hafenstr. 18, Ulrich Klumpp
Tel.: 0 62 32/67 77 41, Fax: 0 62 32/67 77 42, uklumpp@web.de
www.mist-rhein-neckar.de
- **67659** Kaiserslautern, Hahnbrunnerstr. 34, Christian Engel
DieselV200@aol.com
- **70176** Stuttgart, Schlossstr. 81, Michael Kos
Tel.: 0 7 11/6 15 81 03, www.mist7.de, mkos@mist7.de
- **78315** Radolfzell, Konstanzer Str. 47, Peter Scherer
Tel.: 0 77 32/1 40 86, Fax: 0 77 32/82 12 50
- **79312** Emmendingen, Nelkenweg 4, Eugen Schrempf
Tel.: 0 76 41/39 45
- **79650** Schopfheim, Herbert Rebscher
Tel.: 0 76 22/66 91 69, Insider-Stammtisch@HR-Funk.net
- **80805** München, Helmut Kern, Tel.: 0 1 74/3 02 44 14
www.mucis.de, HFKern@gmx.de
- **85250** Oberzeitelbach, Lindenstr. 12, Franz Koch
Tel.: 0 82 54/17 18, LumpiMarok@aol.com
- **85435** Erding, Karlstr. 1 a, Ludwig-Josef Eglinger
Tel.: 0 81 22/61 16, eglinger@web.de
- **88348** Bad Saulgau, Siessenerstr. 2, Richard Gentner
Tel.: 0 75 81/88 18 oder 0 1 72/7 42 94 64, Rigesa@t-online.de
- **89073** Ulm, Falk Dehnert, Tel.: 0 73 48/2 31 30
www.ulm-mist.de.vu
- **97486** Königsberg, Frank Usinger
Schlossberg-Usinger@t-online.de und
Alexander Faßrinner, Tel.: 0 95 24/57 45, Africanrex@aol.com
- **97794** Rieneck, Haaggasse 9, Michael Hermann
Tel.: 0 1 71/2 13 28 09, http://hermann-rieneck.bei.t-online.de
hermann-rieneck@t-online.de
- **A-6020** Innsbruck, Brennerstr. 5 e, Robert Rass
insider.stammtisch@tirol.com
- **CH-3904** Naters, Sonnhalde 9, Werner Baier
Tel.: +41 (0) 27/924 92 00, mbaier@tiscalinet.ch
- **CH-8880** Walenstadt, Ueli Schwizer, u.schwizer@greenmail.ch
und **CH-8320** Fehraltdorf, Rainer Lüssi, rainer@luessi.ch
- **CH-6037** Root, Postfach 123
Märklin-Freunde-Zentralschweiz (MFZ)



Werbemodelle

Oktober 2004/November 2004

H0-Modelle



29155.001 »Kadus«
Geschenkhause Brugger, Freiburger Str. 5
79853 Lenzkirch
Tel.: 076 53/96 1607, Fax: 076 53/96 1608



4107.030 »Hotel Colosseo«
Europa-Park-Shopping, Europa-Park-Str. 2
77977 Rust
Tel.: 078 22/77 6500, Fax: 078 22/77 6590



4415.394 »Hjem-Is«
Tim Bjarum
DK-Esbjerg Q.



4415.395 »DSB MY 50 AR 1106«
4415.398 »DSB MY 50 AR 1147«
4415.399 »DSB MY 50 AR 1128«
Samler Borsen
DK-8000 Aarhus



4415.397 »Rebellenbock«
Lutz Trojaner, Süderstr. 79
24955 Harrislee
Tel.: 04 61/7 16 82



4415.400 »La Bio«
diverse Märklin-Händler in Frankreich



4415.401 »Krombacher Pils«
Krombacher-Collection
Postfach 83 71 60
90255 Nürnberg
Tel.: 0 180/5 66 99 22, www.krombacher.de



4415.412 »Imunal«
Geschenkhause Brugger
(Adresse siehe weiter vorne)



4424.023 »www.alcatel.com«*
Alcatel Deutschland GmbH
70435 Stuttgart



4482.098 »Miniatur Wunderland 2004«
Miniatur Wunderland GmbH, Kehrwieper 2/Block D
20457 Hamburg
Tel.: 040/36 09 11 57



4482.099 »Getränke Weber«*
Getränke-Weber GmbH
72636 Frickenhausen

4482.100 »Allgäu Immenstadt«
Eisenmann & Co., Bahnhofstr. 28
87509 Immenstadt
Tel.: 04 61/7 16 82

48281.017 »125 Jahre Sartorius«
Otto Häussermann, Kumburgstr. 9
74653 Künzelsau
Tel.: 079 40/91 61 50

48281.218 »Bahnpark Augsburg«
UNI Marketing Augsburg,
Herr Dr. Bernd W. Dornach
Fax: 08 21/9 20 10

94235 »Ser-Set Schüttgutwagen«
 Treinshop Olaerts
 Snepstraat 15
 B-3670 Meeuwen-Gruitrode
 Tel.: +32 (0)89/85 60 16



94251 »Schäfer Shop«
 BRIGITTE-GESCHENKE GMBH
 57627 Hachenburg
 Tel.: 0 180/5 14 14 15, Fax: 0 26 62/84 215
 www.Brigitte-Hachenburg.de



94252 »Weinfaßwagen«
 Krombacher
 (Adresse siehe weiter vorne)



94254 »Katjes«
 94255 »Chupa Chups«
 Müller Ltd. & Co.KG, Albstr. 92
 89081 Ulm-Jungingen
 Tel.: 07 31/1 74-0, Fax: 07 31/1 74-1 74



94256 »Berentzen«
 94257 »Schussenrieder«
 Schlecker Home Shopping
 Tel.: 0 18 05/00 43 27, www.schlecker.com



94260 »Set Zugführer«
 Sammler Galerie
 München
 Tel.: 0 89/33 99 62 80, Fax: 0 89/34 02 96 90
 www.sammler-galerie.de



» Limitierte Märklin-Steff Sonderedition

»Set Zugführer« heißt die letzte Ausgabe des Jubiläumzugs »100 Jahre Steiff-Teddybären«. Das Set umfasst einen original, voll beweglichen Steiff-Zugführerbären aus weißem Mohair und eine voll funktionsfähigen Märklin-Lokomotive mit Sonderbeschriftung. Die Edition, der auf weltweit begrenzten Auflage von nur 500 Exemplaren, ist zum Preis von Euro 159,- exklusiv über die Sammler Galerie München zu beziehen.

Spur-Z-Modelle

81520.032 »compliment«*
 Piasten Schokoladenfabrik
 91301 Forchheim



8661.075 »125 Jahre Sartorius«
 Otto Häussermann
 (Adresse siehe weiter vorne)



98066 »FunStartSet«
 Porsche Museum
 Porscheplatz 1
 70435 Stuttgart-Zuffenhausen
 Tel.: 0 711/911-56 85



98068 »StartSet«
 diverse METRO Cash & Carry
 Filialen



In feuerwehrot durch die Republik

Dass die Feuerwehr und die Bahn zu diesem Projekt zusammen kamen, ist dem 150-jährigen Jubiläum des Deutschen Feuerwehrverbandes (DFV) im Jahre 2003 zu verdanken. Die DB AG stellte den deutschen Feuerwehren ein Jahr lang eine Elektrolokomotive der Baureihe 101 kostenlos als »rollende Litfaßsäule« zur Verfügung. Die Bahn wollte damit ihre Verbundenheit zum Feuerwehrverband zum Ausdruck bringen, der im Sicherheitsbereich des Unternehmens eine wichtige Rolle spielt. Im Frühsommer letzten Jahres startete die »Feuerwehrlök« der Baureihe 101 zur Imagewerbung der besonderen Art. Jetzt kommt die 101 047 als Märklin-H0-Sondermodell (Art.Nr. 37397) auf den Markt. Interessenten können das Sondermodell mit Digitalsteuerung beim Versandhaus des Deutschen Feuerwehrverbandes und beim PostMuseumsShop zum Preis von 298,- Euro erwerben.

Versandhaus des Deutschen Feuerwehrverbandes GmbH
 Koblenzer Str. 135 – 137, 53177 Bonn
 Tel.: 02 28/9 53 50-10, Fax: 02 28/9 53 50-91

PostMuseumsShop, Pforzheimer Str. 202
 76275 Ettlingen
 Tel.: 0 72 43/70 07 66, Fax: 0 72 43/70 07 52
 www.post-museums-shop.de
 info@post-museums-shop.de
 kundenbetreuung@post-museums-shop.de



Foto: Günter Fechel

17.11.2004 bis 20.02.2005 Ausstellung im Vienna Art Center

Mythos Märklin – dem Spiel auf der Spur

VIENNA ART CENTER
A-1010 Wien, Freyung 6
www.viennaartcenter.com

Vor kurzem erst aufwendig und originalgetreu renoviert, bieten die historischen Räumlichkeiten im ersten Wiener Bezirk, ehemals Vorratskammern und Weinkeller, auf rund 2000 Quadratmetern beeindruckende Ausstellungsarchitektur mit einer unvergleichlichen Mischung aus Mittelalter und Hightech.

Erreichbar:

Mit der U3, Station Herrngasse oder der U2, Station Schottentor; per Straßenbahn mit den Linien 1, 2, D, 37, 38, 40, 41, 42, 43 und 44, Haltestelle Schottentor

Öffnungszeiten:

Montag bis Sonntag 10.00 bis 18.00 Uhr

Eintrittspreise:

Erwachsene: 9,- Euro
Studenten, Präsenzdiener, Senioren
Kinder unter 16 Jahre: 6,- Euro
Familien (2 Erwachsene und 2 Kinder): 20,- Euro
Gruppen: 6,- Euro (ab 10 Personen)
Kinder unter 1 m Größe
(in Begleitung der Eltern): Eintritt frei

Spezielles Wien-Reisepackage inklusive Besuch der Ausstellung (Infos unter www.railtours.at)

Insider-Club-Mitglieder erhalten gegen Vorlage der Clubkarte eine Eintrittsermäßigung an den Tageskassen.

Achtung: Generelles Fotografierverbot!

Einige Highlights der Ausstellung

- 2000 m² Ausstellungsfläche (größte Märklin-Ausstellung aller Zeiten)
- Musterblätter der frühen Musterbücher (1860 bis 1890), alle handgemalt
- H0-Anlage mit Durchgang (ca. 60 m²)
- Historische Spur-0-Anlage mit 10 Metern Länge
- Spur-1-Anlage aus der Zeit um 1900
- Schiff Brunsvik (davon gab es nur 3 Stück weltweit)
- Spur-V-Wagen
- Frühe Benzinmotoren und Dampfmaschinen
- Handmuster einer Autorennbahn aus dem Jahr 1937 (ging nie in Fertigung)
- Insgesamt über 1000 Ausstellungsstücke
- Spieltische für Kinder
- Kino
- Shop mit zahlreichen Märklin- und Trix-Artikeln
- Gesamtwert der Ausstellung: über zwei Millionen Euro



Für drei Monate wird Wien über den Jahreswechsel die Spielhauptstadt Europas. Der Grund: Vom 17. November 2004 bis zum 20. Februar 2005 läuft im Vienna Art Center die Ausstellung »Mythos Märklin – Dem Spiel auf der Spur«. Präsentiert werden über 1 000 prächtige, seltene und legendäre Produkte. Auf über 2 000 Quadratmetern Ausstellungsfläche entfaltet sich die aufregende 145-jährige Geschichte des Unternehmens. Eine größere und komplettere Ausstellung mit Märklin-Exponaten hat es noch nie gegeben. Seltene Handmuster, historische und moderne Modellbahnanlagen, Schiffe, Motoren, Wagen, Dampfmaschinen oder Musterblätter aus dem 19. Jahrhundert sind Höhepunkte der Ausstellung. Kino und Spieltische für Kinder machen einen Besuch für die ganze Familie lohnenswert.

Zwei Millionen Euro Gesamtwert

Nach der gleichnamigen Ausstellung in Tübingen, sie zog über 67 000 Besucher an, ist dies das zweite Ausstellungsprojekt des Märklin-Modellbahn-Teams. Dabei wurden die Exponate teilweise neu zusammengestellt und von der Anzahl her aufgestockt. Noch seltenere Stücke aus dem Märklin-Fundus zeigen eindrucksvoll was im Laufe der Jahrhunderte geschaffen wurde. Von der Riesenspur V bis zu Musterblättern aus dem 19. Jahr-

hundert und in die Neuzeit reichen die Exponate. Mit zwei Millionen Euro ist der Gesamtwert der Ausstellung nur unzureichend beschrieben – der ideelle Wert ist unermesslich.

Märklin-Sonderwagen

Das Vienna Art Center im ersten Wiener Bezirk wurde erst kürzlich aufwendig und originalgetreu renoviert. Die Gewölbekeller dienten einst als Vorratskammern und bieten nun ein einmaliges Ambiente für eine Kunstaussstellung. In einem Shop werden zahlreiche Märklin- und Trix-Artikel angeboten. Dabei als Highlight ein H0-Sonderwagen, den es nur während und bei der Ausstellung im Vienna Art Center zu kaufen gibt.

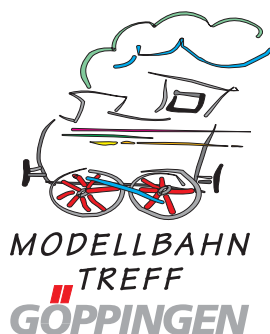
Straßenbahn »Third Avenue«

Beiwagen und Triebwagen der Spur-1-Straßenbahn »Third Avenue« (unten) sind in Wien ausgestellt. Gebaut um 1910 gab es davon nur wenige Exemplare (rund 5 Stück). Bis dato tauchte in Sammlerkreisen nur der Beiwagen auf. Die Existenz eines Motorwagen war umstritten, da er bisher nie in Erscheinung trat. Als »kleine Sensation« ist deshalb das im Märklin-Archiv aufbewahrte und nun in Wien erstmals der Öffentlichkeit präsentierte Modell zu werten. Es verkörpert damit exemplarisch den »Mythos-Märklin«.



5. Modellbahn Treff in Göppingen

■ 6. Spur-1-Highspeed- Weltmeisterschaft
 ■ Modellbahnanlagen-Präsentation



Sie lieben schnelle Fahrzeuge? Sie wollten schon immer wissen, was in Ihren Spur-1-Fahrzeugen an Geschwindigkeitspotential steckt?

Dann sind Sie richtig bei der 6. Spur-1-Highspeed-Weltmeisterschaft im Rahmen des Modellbahn Treffs 2005 in Göppingen. Hier treten Einzelpersonen oder Gruppen mit »geschwindigkeitsoptimierten« Spur-1-Fahrzeugen gegeneinander an, um das aktuell schnellste Lokmodell im Maßstab 1:32 zu ermitteln.

Gewertet wird in insgesamt drei verschiedenen Kategorien:

Formel 3: modifizierte Serienfahrzeuge mit Elektroantrieb und Leistungsverorgung über die Schiene

Formel 2: Prototypen mit Elektroantrieb und Leistungsverorgung über die Schiene

Formel 1: Prototypen mit Elektroantrieb und Leistungsverorgung über Akkus

Der Wettbewerb findet am Samstag, den 11. Juni 2005 statt. In jeder Kategorie winken außer dem Titel eines Weltmeisters 2005 auch interessante Preise aus dem Märklin-Spur-1-Sortiment. Als Besonderheit erhalten in 2005 die drei schnellsten Fahrzeuge die Gelegenheit, am Sonntag den 12. Juni 2005 ihr Potential in einer ganz anderen »Liga« zu messen. Dieser zusätzliche Wettbewerb ist einer der spektakulärsten Events, die mit der Königsspur je durchgeführt wurde. Und Sie können mit Ihrem Fahrzeug im Mittelpunkt dieses Wettbewerbs stehen. Lassen Sie sich überraschen.

Wer Interesse an der Teilnahme an diesem Wettbewerb hat, kann unverbindlich unter folgender Adresse die Wettbewerbsunterlagen anfordern:

*ARGE Modellbahn Treff
 »Spur-1-Highspeed-WM«
 Postfach 823
 73008 Göppingen*

Wollen Sie gerne Ihre Modellbahnanlage in der Öffentlichkeit präsentieren? Im Rahmen des Modellbahn Treffs 2005 in Göppingen vom 11. Juni bis 12. Juni haben sowohl Einzelpersonen als auch Vereine oder Interessengemeinschaften die Möglichkeit, ihre Modellbahn-Schaustücke zu präsentieren.

Bewerbungsunterlagen für eine Teilnahme an dieser Veranstaltung können mit einer Postkarte an folgende Adresse angefordert werden:

*ARGE Modellbahn Treff
 »Privat-Teilnahme«
 Postfach 823
 73008 Göppingen*

Anmeldeschluss 31. Januar 2005

Bis spätestens 31. Januar 2005 müssen die Bewerbungsunterlagen für die Teilnahme am Modellbahn Treff an die ARGE eingesandt werden.

Interessenten, die gerne an beiden Wettbewerben teilnehmen möchten, können natürlich auf einer Postkarte die Anfrage nach den jeweiligen Teilnahmebedingungen zusammenfassen.

Wir danken Ihnen schon im Voraus für Ihr persönliches Engagement und würden uns freuen, Sie nächstes Jahr in Göppingen begrüßen zu dürfen.



Modellbahnausstellungen in Bern und Wien



◆ Bern

In diesem Jahr fand vom 22. bis 26. September 2004 bereits zum 5. Mal die Suisse Toy, die nationale Messe für Spiel und Hobby, auf dem Gelände der BEA bern expo statt. Über 250 Aussteller aus dem In- und Ausland zeigten auf rund 26 000 m² ihre Neuheiten. Auch Märklin war mit einem ca. 240 m² großen Stand vertreten und präsentierte Neues und Altbewährtes. Dabei stand die Mobile Station im Mittelpunkt des Interesses. An vier Demo-Tischen konnte dabei das zuvor bei den Märklin-Spezialisten vor Ort Gelernte gleich ausprobiert werden.

Die Kleinen waren genauso an Spieltischen, wie beim Mal- und Fahrwettbewerb zu begeistern. Neben einer großen Schauanlage konnten auch

die aktuellen Märklin-Neuheiten bestaunt werden. Natürlich gab es auch in diesem Jahr wieder ein kleines Messepräsent für unsere Clubmitglieder.

◆ Wien

Im Messezentrum Wien war Märklin vom 22. bis 26. Oktober 2004 auf der Modellbau International zu Gast. Vor der großen Märklin-Ausstellung »Mythos Märklin« im Vienna Art Center (siehe Seite 10/11) stimmten sich die Besucher schon mal ein und begutachteten das aktuelle Sortiment und die zahlreichen Schau- und Spielanlagen. Für unsere Mitglieder stand eine Kleinigkeit zur Abholung bereit. Vielen Dank an alle Insider, die vorbeikamen.

Der 1. FC-Märklin – ein Club für Jung und Alt

Seit 2004 hat sich viel im neuen Club für Kinder und Jugendliche geändert.

Mit der Einführung eines Mitgliedsbeitrages fiel auch die bisherige Altersbeschränkung weg. Es kann sich also jeder anmelden, der Interesse an einer Mitgliedschaft hat. Nach wie vor ist die Konzeption des 1.FC natürlich auf die bisherige Zielgruppe abgestimmt.

Wir würden uns freuen, wenn Sie als Erziehungsberechtigter Ihrem Kind eine sicherlich interessante und informative Unterhaltungsquelle in Sachen Modelleisenbahn ermöglichen, oder selbst

in den Club eintreten. Bitte haben Sie aber Verständnis, wenn Sie hier mit Du angesprochen werden und beachten Sie, dass eventuelle Ermäßigungen natürlich nur für Kinder gelten. Den 1. FC-Jahreswagen bekommen Sie wie bisher natürlich auch als Insider-Mitglied angeboten. Anmeldeformulare zum 1. FC senden wir allen Insidern mit dieser Ausgabe zu.

Und das erwartet die 1. FC-Mitglieder:

- ☒ Das Clubheft erscheint 6 mal im Jahr mit vielen Anregungen zum Anlagenbau, Infos zu Neuheiten, Spaß und Spiel!
- ☒ Wenn man Brieffreunde sucht, mit denen man sich über sein Lieblings-

Hobby austauschen möchte – im Club-Magazin ist Platz dafür! Wer Freunde im Ausland sucht, dessen Anzeige wird in der jeweiligen Landesausgabe veröffentlicht!

- ☒ Jedem Heft sind witzige Sachen beigelegt wie Bastelbögen, Sticker, Postkarten, Poster und und und...
- ☒ Mit der persönlichen Clubkarte gibt es Ermäßigungen beispielsweise in Freizeitparks und Museen!
- ☒ Bei den Gewinnspielen kann man sein Modelleisenbahn-Wissen unter Beweis stellen und coole Preise gewinnen!
- ☒ Es gibt einen super Jahreswagen zu bestellen!
- ☒ Das Jahrbuch in H0 gibts gratis.
- ☒ Und das alles für ein Taschengeld von nur 10 Euro im Jahr!



Insider-Reise 8. bis 11. Oktober 2004: 150 Jahre Semmering



Die Semmering-Bahn feierte 2004 ihr 150-jähriges Jubiläum. Das bekannteste Teilstück der »Südbahn« von Wien nach Triest, einer ehemals österreichischen Hafenstadt, war und ist geprägt vom Traum die Alpen in südliche Gefilde zu überwinden und damit von der Sehnsucht, dem »Dolce Vita« am Adriatischen Meer näher zu sein.

► Die Strecke

- ▷ 41 825 Meter Länge
- ▷ 457 Meter Höhenunterschied zwischen Gloggnitz und Semmering
- ▷ 216 Meter Höhenunterschied zwischen Semmering und Mürzzuschlag
- ▷ 898 Meter höchster Punkt in der Tunnelmitte des Haupttunnels
- ▷ 16 Viadukte mit insgesamt 1 502 Meter Länge
- ▷ 15 Tunnel mit insgesamt 5 420 Meter Länge

► Daten und Fakten

- ▷ 27.07.1848 Baubeginn
- ▷ 27.10.1850 größter Unfall (durch Felssturz 14 Tote)
- ▷ 1850 bis 1852 mehr als 750 Tote durch Cholera und Typhus
- ▷ 20.08. bis 16.09.1851 Semmering-Wettbewerb mit vier Dampflokomotiven (Wr. Neustadt, Vindobona, Seraing, Bavaria); jede Lok erfüllte die Forderung »auf der größten Steigung 140 Tonnen mit 11,38 km/h zu ziehen.«
- ▷ 23. und 24.10.1853 erste Probefahrten über die gesamte Strecke
- ▷ 17.07.1854 erster planmäßiger Personenzug über den Semmering.

Einst galt der Semmering als Weltkurort. Die Lage in 1 000 Meter Seehöhe, das gesunde Klima (das es bis heute gibt), der landschaftliche Reiz, sowie die Nähe zur Kaiserstadt Wien und die eindrucksvolle Anreise über die erste Gebirgsbahn Europas mit ihren Tunneln und Viadukten, machten ihn zum Treffpunkt der bedeutendsten Persönlichkeiten aus Gesellschaft, Politik und Kultur. Oskar Kokoschka, Adolf Loos, Peter Altenberg und Karl Kraus – um nur einige zu nennen – sammelten auf dem Semmering Kraft für ihre Werke und hatten hier zum Teil sogar ihren zweiten Wohnsitz. Heute gilt der Semmering im Winter mit seinen FIS-Weltcupveranstaltungen, als eine der erlebnisreichsten Skiregionen Mitteleuropas. Der »Zauberberg« erlebt eine Renaissance.

Vier Tage regierte »König Dampf«

Voller Erwartungen traten deshalb die rund 260 Fahrgäste des IGE/Märklin-Sonderzuges die vier-tägige Reise an und – sie wurden nicht enttäuscht. Bereits am ersten Tag regierte ab Linz nämlich »König Dampf«. Alles was ein Dampfbahnerherz höher schlagen lässt, wurde geboten und die »zurückgedrehte« Zeit in den Nostalgiewagen verging für alle viel zu schnell.

Natürlich standen die an der Spitze des Zuges fahrenden Dampfriesen im Mittelpunkt des allgemeinen Interesses. Abwechselnd, bzw. in Doppel-



traktion, setzten sich die Dampfloks 12.14, 50.1171, 52.7612, 919.138 und 77.250 an die Spitze des aus sieben Wagen bestehenden Sonderzuges. Die Maschinen und vor allem die Lokpersonale leisteten vorzügliche Arbeit und ließen sich ihr Alter (gemeint ist das der Loks) nicht anmerken.

Foto- und Video-Euphorie

An der Tatsache, dass es kaum Teilnehmer ohne Fotoapparat, Videokamera oder beides zusammen gab, war unschwer zu erkennen: es galt im Bild festzuhalten, was nur möglich war. Dazu wurden viele Fotohalte und Scheinan-, oder Scheinausfahrten geboten. Alle nahmen teilweise große Strapazen auf sich, damit immer der beste Standort erreicht wurde. Bei einem Halt auf freier Strecke ohne Bahnsteig ist dies nicht immer einfach. Selbst eine frisch gedüngte Wiese stellte kein Hindernis dar, die bewährte »Film- und Foto-Linie« zu bilden, damit keiner dem anderen im Wege steht.

Höhepunkt des Ganzen war dann die große Lokparade im Bahnhof Mürzzuschlag. Dazu reisten insgesamt vier dampfbespannte Sonderzüge an, unterstützt von der historischen E-Lok 1100.102, dem österreichischen Krokodil. Dies war gleichzeitig die Abschlussveranstaltung der vielen Aktionen in diesem Jahr zu den Feierlichkeiten rund um das Semmering-Jubiläum. Alle teilnehmenden Maschinen zeigten sich nochmals von ih-

rer besten Seite auf den weitläufigen Rangieranlagen mit der integrierten Drehscheibe und dem Rundlokschuppen. Die Fans waren begeistert. Daran änderte auch das kalte, gegen Abend zunehmend unangenehmer werdende Wetter nichts. Obwohl die Stunden in Mürzzuschlag viel zu schnell vergingen, freute man sich dann doch auf einen warmen Platz im bereitstehenden Sonderzug Richtung Hotel. Ein gutes Essen und die Übergabe des Märklin-Reisewagens als Souvenir an jeden Teilnehmer wartete dort bereits.

Bravouröser Job der DampflokdTIMER

Der nächste und letzte Tag hieß dann schon die Heimreise anzutreten. Unter großem Hallo und Dank an die Lokpersonale verabschiedete man in Linz die DampflokdTIMER, die so bravurös ihren Job gemacht hatten. Mit leichter Verspätung zog die »Eisenbahn Romantik«-Diesellok ER 20 001 (Hercules) den Sonderzug an die jeweiligen Aussteigehalte. Eine unvergessliche Hommage an alte Dampflokherrlichkeit und das UNESCO Weltkulturerbe Semmeringbahn ging zu Ende.



Teil 4: Märklin Systems – die Modell b



Im letzten Teil haben wir die verschiedenen Einstellmöglichkeiten der Mobile Station kennen gelernt. Bei den extern einstellbaren Decodertypen haben wir mit der Mobile Station die Möglichkeit Adresse, Anfahr- und Bremsverzögerung etc. zu verändern. Wichtig dabei ist jedoch, dass sich ausser dem zu programmierenden Modell keine weiteren Verbraucher (wie Loks, beleuchtete Wagen etc.) auf der Anlage befinden. Wer das Ab-

räumen der Anlage für das Programmieren leid ist, wird sich sicher sehr schnell für eine separate Lösung entscheiden.

Programmieren und Wartungsarbeiten mit dem Rollenprüfstand

Im Grunde genommen reicht ein separates Gleis mit angeschlossener Mobile Station und Versor-

Die bahnzukunft hat begonnen!



Die Mobile Station bei Märklin Systems löst Delta ab.

Mobile Station - kinderleicht!

gungstrafo (z.B. 60052). Mobile Station und Versorgungstrafo werden am Besten von der Anlage genommen. Durch die einfachen Steckverbindungen von der Mobile Station und dem Trafo an der Anschlussbox ist sichergestellt, dass diese Umverdrahtung leicht und unkompliziert verläuft. Wer einen Trafo übrig hat, kann natürlich auf das Umstöpseln dieses Versorgungsgeräts verzichten. Bei der Mobile Station sollte man aber auf jeden Fall die Mastereinheit verwenden, da nur so sichergestellt ist, dass diverse Informationen gleichzeitig in der Lok und in der Systems-Zentralelektronik geändert werden.

Für das reine Umprogrammieren von Loks würde auch ein normales Gleis mit einer Länge von ca. 30 cm bis 40 cm ausreichen. Da es bei Wartungsarbeiten aber recht häufig von Vorteil ist, wenn Fahrzeuge »auf der Stelle« fahren, ist die Anschaffung eines Rollenprüfstandes eine hilfreiche Geschichte. Auf einem Rollenprüfstand kann zum Beispiel auch eine Lokomotive erstklassig eingefahren werden. Es ist nämlich vorteilhaft, eine neue Lok zuerst einmal bei langsam gesteigerter Geschwindigkeit zu betreiben, damit die mechanischen Teile sich aneinander angleichen. Der Dauerbetrieb auf einer Ovalstrecke sorgt häufig dafür, dass durch die ständig in gleicher Richtung befahrenen Kurven sich auch in dieser Richtung eine leichte Präferenz einspielt. Auf dem Rollenprüfstand kann es dieses falsche Einlaufverhalten nicht geben.

Mit dem Rollenprüfstand kann man nun die neuen Einstellungen vornehmen und anschließend auch begutachten. Wer gerne noch genauere Daten über das Laufverhalten seiner Maschinen wünscht, kann durch den Einsatz des Geschwindigkeitsmessgerätes 78111 diese leicht ermitteln. Ein Tipp: Notieren Sie sich ruhig diese Werte. So können Sie später leicht vergleichen, ob sich bei Ihrer Lokomotive irgendwelche Veränderungen, zum Beispiel in der Höchstgeschwindigkeit, ergeben haben.

Neben den Loks mit Einstellung der Parameter auf dem Decoder, für die ein Rollenprüfstand aber auch eine tolle Einstellbasis darstellt, gibt es noch eine Gruppe von Loks, die kein separates Programmiergleis benötigen: Die Mfx-Loks.

gungstrafo aus. Wer jedoch auch Wartungsarbeiten an seinen Loks selbst vornimmt, der sollte sich einmal näher mit dem Rollenprüfstand 78100 beschäftigen. Dieser kann nämlich auch zum Programmieren der Decoder und für Fahrttests benutzt werden.

Benötigt werden außer dem Rollenprüfstand 78100 je nach zu ändernder Lok, eventuell noch zusätzliche Rollenbockpaare 78110, eine Anschlussbox 60115, eine Mobile Station und ein Versor-

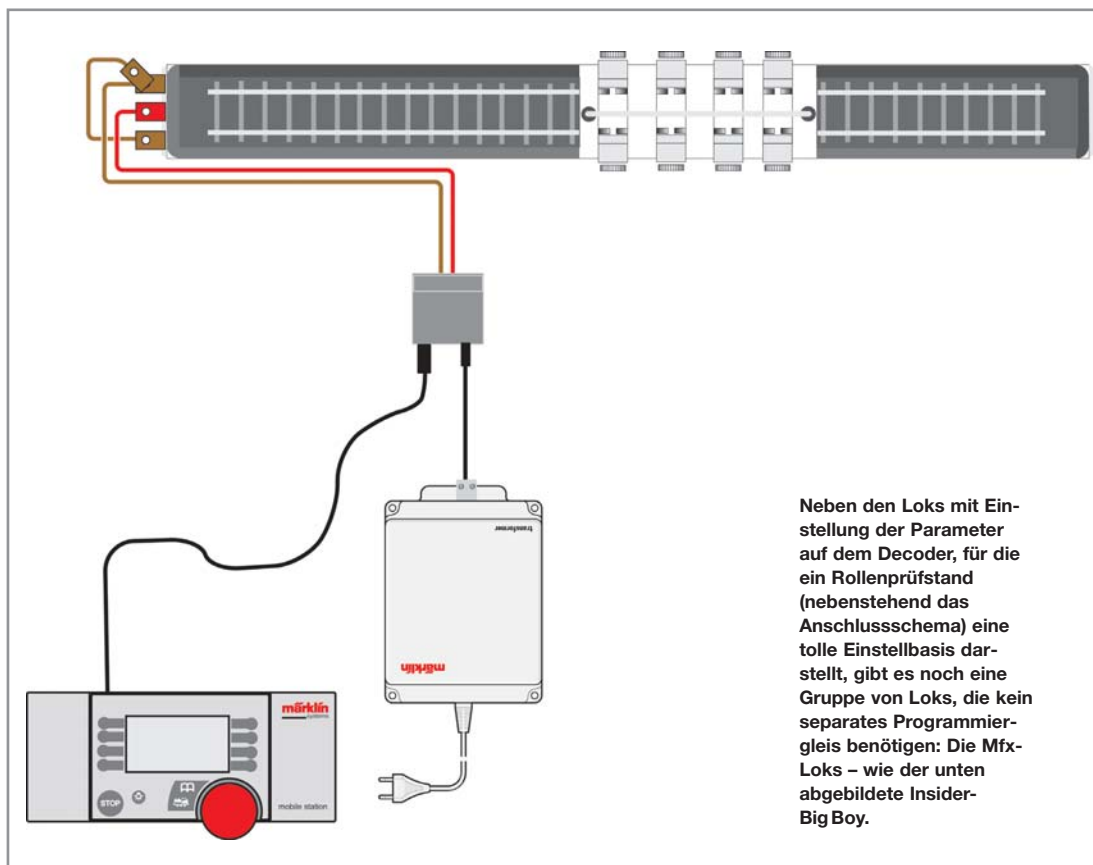
Mit dem Modell des Big Boy 37991 steht die erste Version dieser neuen Loktechnik zur Verfügung. Daher ist es an der Zeit, die Besonderheiten dieser Technik näher zu betrachten.

Kompatibilität zwischen Märklin Digital und Märklin Systems gesichert.

Die Mfx-Technik arbeitet mit einem komplett neuen Datenformat. Zusätzlich wird von der Mobile Station aber auch die bisherige Motorola-Technik unterstützt. Auch können Loks mit Mfx-Decoder das Motorola-Format »verstehen« und danach handeln. Daher ist die Kompatibilität zwischen

Märklin Digital und Märklin Systems gesichert. Loks mit Decodern nach dem Motorola-Format können somit genauso mit der Mobile Station gesteuert werden wie Loks mit Mfx-Decoder auch mit einem Delta Control oder mit einer Control Unit funktionieren.

Mit zwei Unbequemlichkeiten räumen die Mfx-Loks zusammen mit den Märklin-Systems-Geräten auf. Es stellt sich weder die klassische Frage nach der Adresse der Lok, noch die ebenfalls immer wieder auftretende Frage, ob die gewünschte Schaltfunktion, beispielsweise mit f2 oder f3, geschaltet wird. Mfx-Lokomotiven melden sich nämlich selbsttätig an und richten dabei auch die Bedie-



nungsoberfläche für sich ein. Wie von Geisterhand erscheint bei einer Märklin-Systems-Anlage, auf die eine Mfx-Lok gestellt wurde, zuerst im Display der Mobile Station die Anzeige »Neue Lok« für das Menü zum Auswählen neuer Loks in die Lokliste. Danach erscheint im Display der Name der Lok und zum Schluss noch die komplette Funktionsbelegung jeweils neben den zugehörigen Schalttasten. Auf Wunsch kann der Name natürlich anschließend jederzeit geändert werden. Wir müssen uns in Zukunft also nicht mehr irgendwelche nichts sagenden Nummern als Adresse merken. Die Lok wird vielmehr an ihrer prägnanten Bezeichnung in der Lokliste identifiziert. Und bei den Funktionen gilt, dass an dem Symbol neben der jeweiligen Schalttaste eine eindeutige Zuordnung möglich ist.

Die Änderungen von Höchstgeschwindigkeit, Anfahr-Bremsverzögerung oder Lautstärke können während des Betriebes jederzeit vorgenommen werden. Im Gegensatz zu anderen Systemen, bei denen irgendwelche Abfolgen von Fahrbefehlen zum Programmieren der Lokdecoder verwendet werden, benutzt Märklin Systems bei Mfx-Loks ein eigenes Datenformat. Damit ist sichergestellt, dass während des Betriebes diese Programmierinformationen nur von dem dafür bestimmten Fahrzeug ausgewertet werden.

Wird die Lok auf eine andere Märklin-Systems-Anlage gestellt, so meldet sie sich auch dort wieder an. Der Decoder erkennt, ob die Zentrale eine ihm bekannte Einheit ist oder nicht. Wird der Name einer Lok geändert, so wird dies auch im Decoder gespeichert.

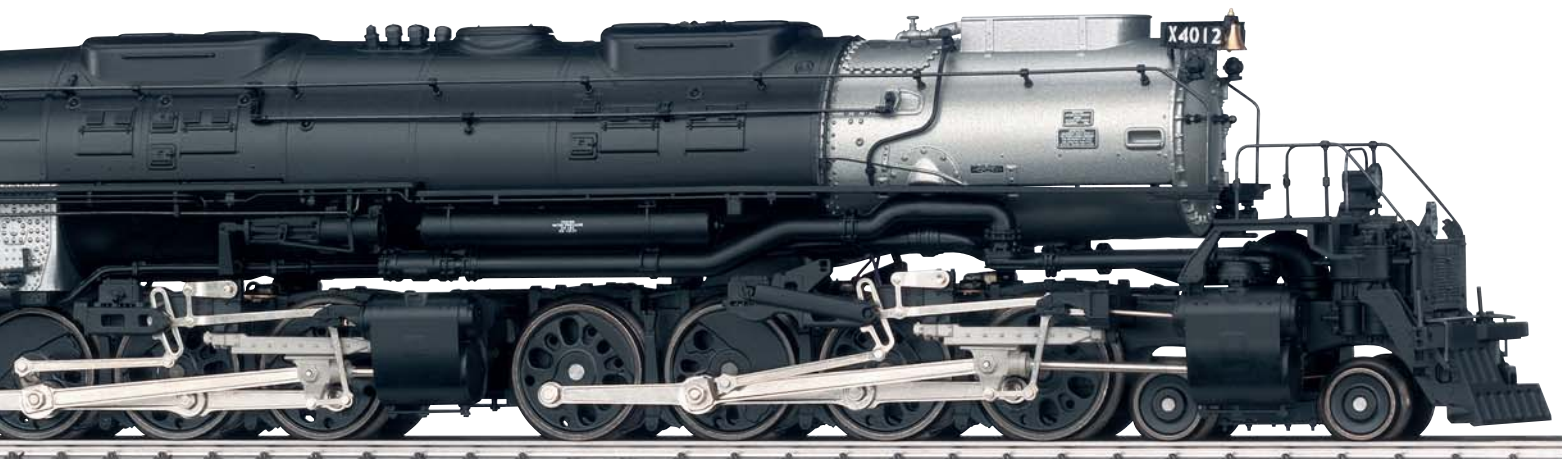


Mobile Station mit 10 verschiedenen Lokeinträgen

Bei der Mobile Station gilt es jedoch einen Punkt zu beachten. Da die Lokliste 10 verschiedene Einträge besitzt, kann sich eine Mfx-Lok nicht mehr anmelden, solange diese Grenze erreicht ist. Hier muss dann zuerst eine der vorhandenen Einträge gelöscht werden, bevor sich die Lok anmelden kann.

Ist die Verbindung zwischen Mobile Station und Mfx-Lok unterbrochen, wird dies im Display durch ein Blinken der Geschwindigkeitsanzeige dokumentiert. Dies kommt zum Beispiel vor, wenn die Lok in einem Signalabschnitt steht (auch wenn ein 1,5 kOhm Widerstand eingebaut ist) oder auf einem stromlosen Abstellgleis geparkt ist. Änderungen, die in dieser Zeit an den Fahrinformationen erfolgen, werden der Lok erst bei Wiederherstellung der Verbindung mitgeteilt. Der Eintrag einer Mfx-Lok in der Lokliste kann wie bei jeder anderen Lok auch durch Aufruf des Untermenüs »LOK LÖSCHEN« erfolgen.

Ein Gerät ist bisher nur am Rande vorgestellt worden: Die Central Station. Daher ist es in der nächsten Ausgabe der richtige Zeitpunkt, dass wir uns diesem Gerät einmal etwas nähern und dessen Potential ausloten.



Märklin Holding GmbH:

Jahrespressekonferenz 2003

Meine sehr verehrten Damen, sehr geehrte Herren, liebe Modellbahnfreunde,

ich darf Sie herzlich in Stuttgart zur Jahrespresse-Konferenz der Märklin Gruppe begrüßen. Zum ersten Mal nimmt Herr Stephan Unser an dieser Veranstaltung teil. Seit Januar 2004 verantwortet er als neuer Geschäftsführer das Vertriebs- und Marketingressort bei Märklin. Stephan Unser ist ein versierter Markenmann, der sehr erfolgreich den internationalen Vertrieb von Konsumgütern unter anderem bei Bulthaup, Bang & Olufsen sowie beim Hersteller von Wohnaccessoires Natucci gesteuert hat. Bitte befragen Sie ihn ebenso kritisch und fair, wie Sie es seit nunmehr knapp drei Jahren mit mir machen.

Von Paul Adams
Vorsitzender der
Geschäftsführung
Märklin Holding GmbH



Was erwartet Sie heute? Wir werden Ihnen ausführlich dreierlei erläutern:

- a, die Geschäftsentwicklung von Märklin 2003 sowie einen Ausblick auf das Jahr 2004
- b, einen Strategiebericht, der aufzeigt, was wir anstreben sowie
- c, einen Lagebericht zum Modellbahnmarkt 2003 und 2004

Märklin hat in den vergangenen Wochen eine schwierige Phase durchlebt. Am 28. September 2004 haben wir bekannt gegeben, dass wir unsere europäischen Produktionskapazitäten neu ausrichten werden. Als Folge werden die nicht automatisierbaren, einfachsten Montagearbeiten auf die Produktionsstandorte im thüringischen Sonneberg sowie nach Nürnberg und Győr verlagert. Die Neuordnung betrifft rund 400 Mitarbeiter in Göppingen. Über die Sachlage haben wir detailliert Mitarbeiter und Medien informiert. Und es wurde auch umfangreich darüber berichtet. Drei Wochen später möchten wir – mit dieser Pressekonferenz – einen Neustart einläuten. Natürlich blicken wir zurück. Ich darf Ihnen noch einmal die Gründe für diesen sehr schmerzlichen Schritt aufzeigen. Ausführlich wollen wir Ihnen heute aber insbesondere über den Wandel des Unternehmens und damit über Perspektiven berichten.

Tatsache ist: Märklin setzt seine strategische Neuausrichtung konsequent um. Hierdurch sichern wir uns mittel- bis langfristig Wettbewerbsvorteile. Konkret bedeutet das: Wir transformieren die gesamte Gruppe in ein

modernes, leistungsfähiges Unternehmen, das fit ist für die Aufgaben des kommenden Jahrzehnts.

Leider ist es uns nicht wie angestrebt gelungen, die Veränderungen mit einem sanften Übergang zu gestalten. Die Personalentscheidungen sind für das Unternehmen und für mich persönlich eine bittere, schmerzliche Erfahrung.

Aber entscheidend ist, und das möchte ich ausdrücklich betonen: Wir reagieren, weil es keine Alternativen gibt. Und vor allem reagieren wir rechtzeitig. Denn Märklin ist ein gesundes Unternehmen! Märklin ist der weltweit größte Modellbahnhersteller und die global bekannteste Marke der Branche. Nicht nur unter deutschen Eisenbahnliebhabern hat Märklin, wie die »Wirtschaftswoche« schrieb, »Kultstatus«. Auch international gilt Märklin als Mythos.

Damit das Unternehmen den Status ausbauen und das immense Vertrauen seiner vielen treuen Kunden auch morgen rechtfertigen kann, muss der Wandel in Gang gesetzt werden.

Gerade in den letzten Tagen wird der Erneuerungsprozess in den Medien gefordert. Wir haben vor zwei Jahren eine Erneuerungsoffensive gestartet. Bevor ich erläutere, welche Strategien, Konzepte und Prozesse das Unternehmen verfolgt, darf ich auf die Geschäftsentwicklung zu sprechen kommen.

Geschäftsentwicklung 2003

Weniger Umsatz – mehr Marktanteile

Das vergangene Jahr war ohne Zweifel kein gutes für das Traditionshaus Märklin. Die Analyse ergibt allerdings ein differenziertes Bild. Richtig ist:

1. Märklin hat im Vergleich zum Vorjahr einen geringen Umsatz erwirtschaftet;
2. gleichzeitig jedoch seine Marktanteile national und international ausgebaut;
3. zudem ist es uns gelungen, das Jahr 2003 mit leicht positiven Ertragszahlen abzuschließen.

Das heißt im Detail: Während die Märklin Gruppe im Geschäftsjahr 2002 einen Umsatz von 170,5 Millionen Euro erzielte, ging der Umsatz 2003 um 6,1 Millionen Euro auf 164,4 Millionen Euro zurück. Das entspricht einem Minus von 3,5 Prozent.



Analog zum Umsatz fiel auch die Bilanzsumme der Märklin Holding GmbH im Geschäftsjahr 2003 auf 114,8 Millionen Euro und damit um 7,9 Prozent. 2002 hatte die Bilanzsumme bei 124,7 Millionen Euro gelegen.

Trotz der schwierigen Marktsituation haben wir 2003 die Investitionen nicht gedrosselt. Die Summe lag im vergangenen Jahr bei 14,2 Millionen Euro und damit um 3,9 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert. Diese Reduzierung ergibt sich jedoch aus einer steuerlich vorgegebenen anderen Bewertung der Abschreibungen für Werkzeuge und Formen.

Durchaus erfreulich hat sich hingegen das Exportgeschäft entwickelt. Im Vergleich zu 2002 konnte die Märklin Gruppe den Absatz seiner Produkte im Ausland im vergangenen Jahr erneut leicht steigern; und zwar um ein Prozent. Während 2002 der Exportanteil 28 Prozent betrug, lag er 2003 bei 29 Prozent.

Ohne Wenn und Aber: Mit der Umsatzentwicklung können wir nicht zufrieden sein. Wir haben 2003 intensiv daran gearbeitet, die Kostenstrukturen zu optimieren und Wachstumspotentiale zu heben. Beides ist nicht im geplanten Maßstab gelungen. Unsere Bemühungen wurden darüber hinaus von einer deutlich geringeren Nachfrage nach Modellbahnen konterkariert.

Tatsache ist: Die Modellbahn inklusive Zubehör hat 2003 in einem nahezu stagnierenden Spielwarenmarkt relativ stark verloren. Und zwar bezogen auf den Gesamtumsatz der Branche um etwa 7,5 Prozent. Auf die genauen Zahlen gehe ich später noch im Lagebericht ein.



Vergleicht man nun Markt und Kennzahlen von Märklin, zeigt sich ein positives Signal: Wir haben zwar Umsatz verloren, in einem negativ tendierenden Segment aber an Bedeutung gewonnen und damit dem Wettbewerb Marktanteile abgenommen. Wer eine Modellbahn kauft, vertraut also vor allem auf Märklin. Dieses Vertrauen stimmt uns trotz der momentan schwierigen Lage zuversichtlich.

Märklin leidet unter Konsumklima

Lassen Sie mich die drei wesentlichen Gründe für den Umsatzrückgang bei Märklin genauer analysieren.

Punkt eins: Das zurückhaltende Konsum- und Kaufverhalten der Deutschen hat das Hobby Modelleisenbahn 2003 massiv getroffen. Statistisch gesehen halten sich die Deutschen beim Einkaufen schon seit längerem zurück. Was für den Lebensunterhalt nicht dringend benötigt wird, wurde nicht erworben. Für Kleidung beispielsweise, Gastronomie und eben auch Hobbys gingen die Ausgaben 2003 zum Teil deutlich zurück. Insbesondere die Furcht vieler Menschen vor Einkommensverlusten

Rund 80 Journalisten und vier Kamerateams zählte man auf der Märklin-Presskonferenz. Am Podium von links nach rechts: Matthias Kutzscher (Moderator), Paul Adams (Vorsitzender der Geschäftsführung), Stephan Unser (Geschäftsführer Marketing/Vertrieb) und Roland Gaugele (Pressesprecher).

sowie die schlechte Lage am Arbeitsmarkt haben die Verbraucherstimmung getrübt.

Punkt zwei: 2003 hat es in unserer Branche erhebliche Rabattschlachten gegeben. Es wurde versucht, durch aggressive Verkaufsmaßnahmen weniger hochwertige Modelleisenbahnen in den Fachhandel zu drücken. Als Konsequenz gerieten die Preise unter Druck. Weil wir größter Hersteller der Branche sind, hat uns das natürlich geschadet.

Punkt drei: Auch im vergangenen Jahr ging das Sterben der Spielwarenfachhändler weiter. Die bekannten Probleme – ob Kapitalmangel oder fehlende Nachfolger – haben dazu geführt, dass erneut viele kleinere Geschäfte aufgaben, sich spezialisiert haben oder ihr Sortiment ausdünnten. Da wir 70 Prozent unserer Umsätze in Deutschland tätigen und der Fachhandel das Rückgrat unseres Vertriebs ist, hat Märklin unter diesem Trend gelitten.

Geschäftsaussichten 2004

Nachfrage ändert sich kaum

Nach derzeitigen Erkenntnissen wird sich das Nachfrageverhalten der Deutschen 2004 kaum ändern. Nach Angaben der Gesellschaft für Konsumforschung hat sich der Abwärtstrend beim Konsumklima verfestigt. Insgesamt zeigen die GfK-Umfragen, dass die Konjunkturerwartungen unsicher sind und die Anschaffungsneigung wenig ausgeprägt ist. Hinzu kommt, dass die Deutschen ihre Einkommenserwartungen 2004 leicht zurückschrauben.

Die schwierige Arbeitsmarktlage einerseits dürfte dazu führen, dass kaum spürbare Lohn- und Gehaltssteigerungen kommen. Andererseits erwarten die Verbraucher auf Grund gestiegener Kosten für Benzin, Energie und Gesundheit Mehrausgaben. Große Hoffnungen auf eine Änderung beim Konsumklima bestehen also nicht. Nach Ansicht der GfK zeigt sich vielmehr immer stärker, dass der private Konsum in diesem Jahr erneut rückläufig ist.

Wir gehen daher davon aus, dass Märklin 2004 marktbedingt keine Umsatzsteigerung erreichen wird. Aber wir wissen, dass das Unternehmen strategisch gut aufgestellt ist. Denn wir modernisieren das Unternehmen grundlegend. Mit Volldampf verändern wir Strukturen, optimieren Prozesse und bringen Innovationen auf den Markt. So machen wir Märklin fit und die Modelleisenbahn attraktiv.

Strategiebericht

Eigene Standorte in Deutschland und Europa

Bevor ich im einzelnen unsere Strategien und Konzepte erläutere, möchte ich ausdrücklich betonen: Märklin fertigt 90 Prozent der Produkte an seinen vier eigenen Standorten Göppingen, Sonneberg, Nürnberg und Győr. Und an diesen Standor-

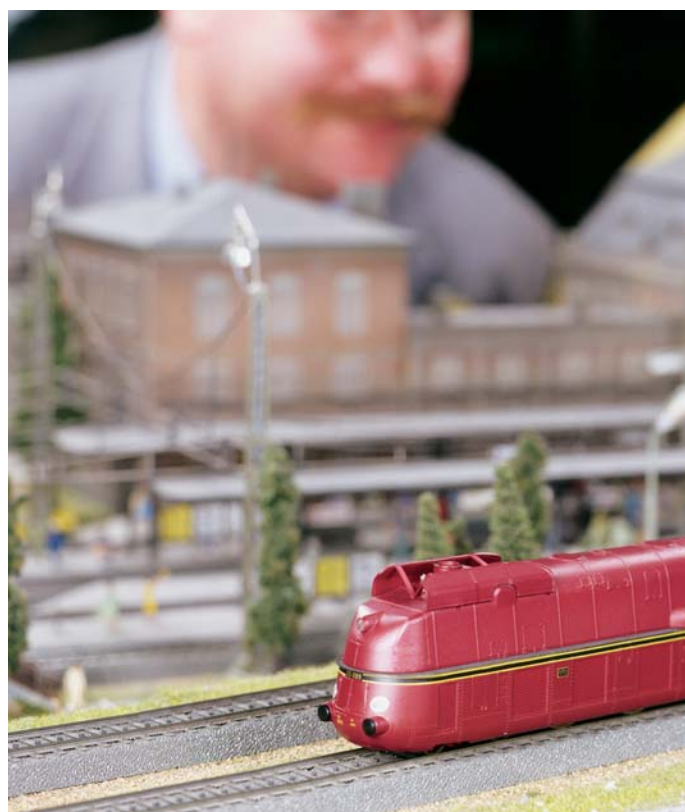
ten werden wir auch festhalten. Das ist ein ganz klares Bekenntnis der Geschäftsführung von Märklin zu einer hohen Eigenfertigung und hohen Fertigungstiefe.

Es ist von entscheidender Bedeutung, Märklin als Mythos und Marke zu pflegen. Und dazu gehört auch das „Made in Germany“. Darüber hinaus verfügen wir hier zu Lande über eine engagierte, gut ausgebildete Arbeiterschaft. Zum Beispiel im Bereich Werkzeug- und Formenbau haben wir uns Know-how erarbeitet, das uns einmalig macht. Und diesen Vorteil wollen wir nicht aufgeben.

Andererseits ist es nicht zu leugnen, dass wir in unserer arbeitsintensiven Produktion massiv die hohen Lohnkosten des Standortes Deutschland zu spüren bekommen haben. Und zwar insbesondere in Göppingen – hier sind wir mit der bestehenden Kostenstruktur nicht mehr wettbewerbsfähig.

Ein Vergleich zeigt: In Asien sowie in einigen Ländern Mittel- und Osteuropas liegen die Lohnkosten erheblich unter den hiesigen. Während Märklin in Göppingen im Schnitt Kosten pro Monat und Mitarbeiter in der Montage von 2.200 Euro verkraften muss, werden an anderen deutschsprachigen Standorten der Spielwarenindustrie zwischen 800 und 1.250 Euro gezahlt. In Osteuropa liegen die Lohnkosten der Branche bei rund 250 Euro pro Monat. Da in Göppingen zwei Drittel aller Beschäftigten der Märklin-Gruppe arbeiten, entstand ein entscheidender Wettbewerbsnachteil.

Trotz großer Anstrengungen – Verbesserung der Arbeitsabläufe, Verringerung der Stillstandszeiten von Maschinen oder auch Flexibilisierung der Arbeitszeit – konnten Produktivitäts- und Kostenziele nicht erreicht werden. Da gleichzeitig auch die Automatisierung bei der vergleichsweise geringen Stückzahl der Produkte im Stammwerk weitgehend



ausgeschöpft ist, muss Märklin handeln. Denn der Anteil der Kosten, die durch manuelle Arbeit in Göppingen anfällt, liegt bei deutlich oberhalb von 40 Prozent und damit rund 50 Prozent über dem Durchschnitt der Metallindustrie. Fakt ist: Arbeitnehmer mit Lohngruppe 3, das entspricht der Bezahlung manueller Tätigkeiten, machen in der Metallindustrie Baden-Württembergs gerade 3,2 Prozent der Belegschaften aus. Bei Märklin in Göppingen sind dies noch 29 Prozent.

Gemeinsam mit dem Betriebsrat und den Mitarbeitern haben wir 2003 und 2004 alles versucht, um die Produktivität in unserem Stammwerk zu erhöhen und die Kosten zu senken. Doch die jeweils angestrebten 15 Prozent wurden nicht erzielt. Hinzu kam die äußerst schlechte Konjunktur 2003 und eine nicht zufriedenstellende Auftragslage im laufenden Jahr. Daher bleibt uns de facto nichts anderes übrig, als einen großen Schnitt zu machen. Das bedeutet im Klartext: Wir werden die Montage aus dem Stammwerk auslagern. Damit reduzieren wir Kosten, verringern die Komplexität der Fertigung und nutzen die Stärken der Standorte optimal aus. Wir müssen als Markenhersteller erkennen, dass unsere Kunden nur bis zu einem bestimmten Punkt bereit sind, die anerkannte Qualität der Märklinprodukte mit entsprechend hohen Preisen zu bezahlen. Keine Frage, schon heute ist eine Lok, die 200, 300, manchmal sogar bis zu 700 Euro kostet, ein »kleines« Luxusgut. Wir müssen davon ausgehen, dass in den kommenden Jahren Preissteigerungen – und zwar ganz gleich wie begründet – vom Markt kaum noch akzeptiert werden.

Letzte Woche hatten wir die Jahresversammlung der Märklin Händler Initiative. Die dominante Mehrheit unserer Händler hat sich klar hinter die Ausrichtung des Unternehmens gestellt. Gerade

unsere Händler, die oft auch emotional sehr stark mit der Modelleisenbahn und auch unserem Unternehmen verbunden sind, befürworten diesen, auch aus ihrer Sicht schmerzhaften, Schritt.

Richtig ist: Innerhalb des Spielwarenmarktes hat sich die Modellbahn in den vergangenen Jahren im Trend positiv entwickelt und ihren Stellenwert als bedeutendes Segment gefestigt. Parallel stieg jedoch der Preisdruck erheblich, denn rund über zwei Drittel der Modellbahnprodukte auf dem Weltmarkt kommen mittlerweile aus Fernost. Das hat dazu geführt, dass der Markt niedrige Preise bei gleich hoher Qualität fordert.

Folgerichtig müssen wir den Umbau des Unternehmens forcieren. Das heißt:

- Neuordnung von Strukturen und Verschlan-
kung von Abläufen
- Verstärkte Entwicklung innovativer Produkte
- Konsequente Steigerung des Exports
- Wirkungsvolle Markenpflege
- Gezielte Förderung des Leistungshandels

Auf einen Nenner gebracht: Wir wollen

- **die Marke festigen**
- **den Markt formen**
- **den Handel stärken**

Lassen Sie mich fünf Punkte erläutern.

Wettbewerbsfähigkeit sichern

Nachdem wir bereits 2002 und 2003 unsere Entwicklung und Fertigung optimiert haben – wir produzieren heute effektiver, liefern schneller und sind zuverlässiger als je zuvor – müssen wir 2004 und 2005 noch einen harten Schritt weiter gehen. Wir werden massiv auf die Kostenbremse treten. Als Folge verlagern wir die Montage aus unserem Stammwerk in Göppingen. Das betrifft wie berichtet rund 400 Mitarbeiter. In Göppingen bleiben jedoch die hochwertigen Produktionsprozesse wie Zinkdruckguss, die NC-Bearbeitung der Gehäuse, die Oberflächenbehandlung, die Dreherei sowie der Werkzeugbau. In Nürnberg werden die kleinen Spurweiten und in Sonneberg die hochwertigen Oberflächentechniken konzentriert.

Die Entscheidung, Personal abzubauen, ist mir als Vorsitzenden der Geschäftsführung äußerst schwer gefallen. Ich darf das noch einmal sagen. Aber ich weiß, dass nur dieser Einschnitt eine tragbare und wettbewerbsfähige Struktur nach sich zieht.

Mit Neuheiten Wachstum generieren

Wir wollen jedoch nicht nur unsere Wettbewerbsposition stärken, sondern gleichsam Optio-

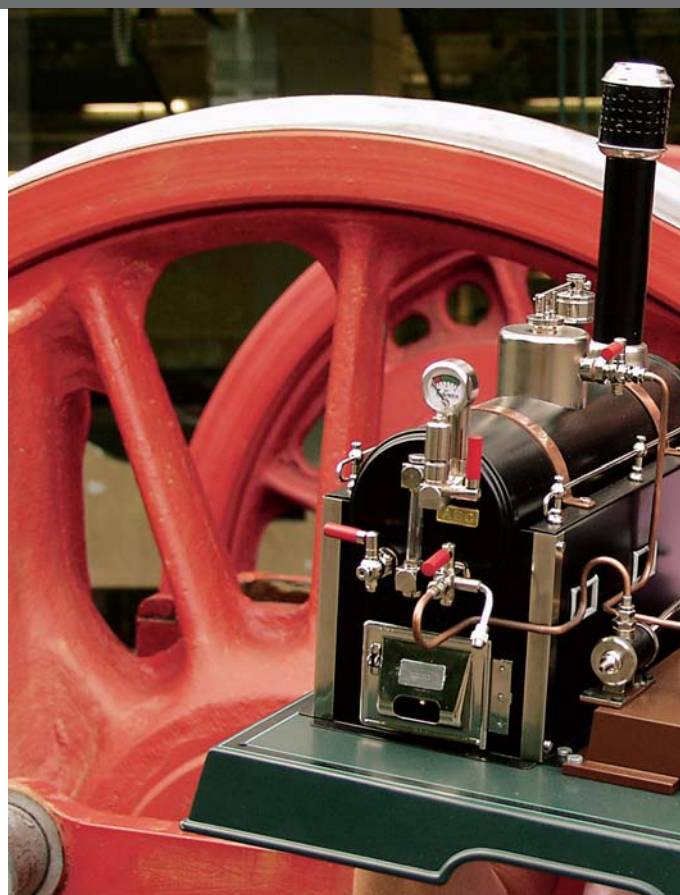


nen für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft schaffen. Daher arbeiten wir intensiv an den Produkten, am Hobby, das weltweit so viele Menschen begeistert. Drei Eckpunkte prägen unsere Produktoffensive:

- Qualität
- Digitalisierung
- Innovationen

• **Zum Thema Qualität:** Märklin kontert den Trend zu Billigprodukten und Rabattschlachten ganz bewusst mit Wertigkeit. Als Nummer eins der Branche und bekannteste Marke weltweit verstehen wir es als Verpflichtung, unseren Kunden in Europa, Asien und Amerika ein möglichst perfektes Produkt zur Verfügung zu stellen. Zwar fertigen wir in Serie, doch hochwertige Materialien, Vorbildtreue und exzellente Verarbeitung sind bei uns Konstanten. Denn wir wollen Verbrauchervünsche erfüllen, ein unvergleichliches Spielerlebnis kreieren und so zufriedene Kunden auf Jahrzehnte hinaus ans Unternehmen binden.

• **Zum Thema Digitalisierung:** Märklin hat in den vergangenen 20 Jahren konsequent die Elektronik der Modellbahn entfaltet und damit das Hobby komplett verändert. Mehr, besser, schneller – so lauten die Vorteile digitaler Technik. 1979 wurde der Prototyp unseres ersten Digital-Systems entwickelt, fünf Jahre später die ersten zehn digitalen Loks in H0 vorgestellt. 1987 kam die Fahr- und Bedieneinheit Central Control-Unit auf den Markt, 1991 die digitale Fernsteuerung per Infrarot. 1994 wurde die Delta-Mehrzugsteuerung für die Spur 1 und 1997 neue digitale Funktionen in H0-Lokomotiven präsentiert. 2004 schließlich haben wir »Märklin Systems« auf den Markt gebracht: Diese 3. Generation der digitalen Steuerung aus unserem Haus revolutioniert die Modellbahn, denn sie setzt Maßstäbe bei Funktionen, Datenübertragung, Schnelligkeit, Bedienung, und Design. Ich darf Ihnen schon heute versichern, dass wir die Spielmöglichkeiten mit diesem Digitalsystem in den kommenden Jahre beständig erweitern werden. Ganz wichtig für unsere Kunden und Märklin als Systemspielzeug ist dabei, dass wir Neuheiten nicht unabhängig entwickeln, sondern in Kompatibilität zu bestehenden Komponenten. Bei Märklin kann jeder sicher sein, dass er immer alt und neu kombinieren kann – das macht den Reiz des Hobbys aus, das sind wir unseren Kunden, die oft Jahrzehnte sammeln, schuldig. Bedeutsam ist, dass diese Strategie der kompatiblen Spielelemente ein Novum in der Branche ist.



• **Zum Thema Innovationen:** Solvente Sammler, jüngere Modellbahnspieler und neue Käuferschichten bei uns und im Ausland lassen sich nur begeistern und langfristig an die Marke binden, wenn Märklin immer wieder wegweisende Produkte bietet. Das ist uns bisher gelungen: Seit 2000 baut Märklin den neuen C-Sinus-Motor ein, seit 2002 wird der innovative Piezo-Motor in H0 eingesetzt. 2002 wurden eine neue Signalgeneration vorgestellt, 2004 neue Oberleitungen – und das neue Digital System. Auch in Zukunft wird Märklin mit spannenden, zukunftsorientierten Produkten den Markt bewegen und so Wachstum generieren. Ich darf Sie schon heute zur Neuheitenpräsentation auf die Spielwarenmesse Anfang 2005 in Nürnberg einladen. Da wird Märklin wie jedes Jahr die Trends für die Modellbahn setzen. Wie wichtig gerade neue Modelle sind, verdeutlicht eine Zahl: Etwa zwei Drittel unseres Umsatzes machen wir mit Neuheiten. Wenn wir Innovationen als Maßstab für Markterfolg nennen, müssen wir auch über Echtdampf in der Spur 1 sprechen. Wie kein anderes Produkt dokumentieren große Lokomotiven mit »Live-Steam« die Qualität eines Herstellers. Und Märklin hat 2004 eine fantastische Lok vorgestellt: die legendäre Schnellzuglok der Baureihe 18.4 der Deutschen Bundesbahn, besser noch bekannt als bayerische S3/6 Bauart Pacific. Es ist die perfekte Handwerkskunst, viel innovative Technik mit drahtloser von uns komplett überarbeiteter Funkfernsteuerung und eine hervorragend arbeitende



Dampftechnologie, die diese Lokomotive zu etwas ganz Besonderem machen.

Qualität, Technologie, Neuheiten: Das sind unsere Stärken und die werden wir konsequent entfalten. Schön, wertbeständig, anspruchsvoll – das sind die Eigenschaften von Märklin-Produkten. Und mit diesen Eigenschaften überzeugen wir kaufkräftige Sammler ebenso wie begeisterungsfähige Einsteiger ins Hobby. Heute und in Zukunft!

Märkte erobern

Bei meinem Amtsantritt im März 2002 habe ich als ein zentrales Ziel in den nächsten drei Jahren den Ausbau des Exportgeschäfts formuliert. Mit einem jährlichen Zuwachs von einem Prozent haben wir keine Sprünge gemacht, aber eine kontinuierliche Steigerung geschafft. Tatsächlich hat sich das Exportgeschäft auch 2003 besser entwickelt als das nationale Geschäft. Schaut man sich die Spurweiten Märklin H0, Z, und 1 sowie von Trix die Spur H0 sowie Minित्रix an, können wir feststellen: Alle Segmente haben ihre Exportzahlen ausgebaut.

Am Beispiel USA darf ich Ihnen erläutern, wie wir außerhalb Deutschlands Fans und Sammler für Märklin begeistern: Es sind neben den bekannten Attributen der Marke vor allem die vielen spezifischen Modelle, die für die jeweiligen Märkte gefertigt werden. Kunden zwischen New York und San Diego bestätigen uns mittlerweile: Märklin hat Dank populärer US-Modelle wie dem »BigBoy«

2001, der Diesellok PA1 2002, der legendären Dampflok »Mikado« 2003 und der Diesellok F7 2004 kräftig gepunktet. Mit einer ähnlichen Strategie bringen wir Märklin auch in Frankreich, England, der Schweiz und in den Beneluxländern voran. Wir entwickeln starke national bedeutende Produkte und intensivieren parallel Marketing und Vertrieb. Obwohl in Europa als auch in den USA beileibe keine guten Konsumaussichten für 2004 und 2005 bestehen, bin ich dennoch davon überzeugt, dass wir den Exportanteil kontinuierlich ausbauen können. Mittelfristig bleibt das Ziel bestehen: Wir wollen eine Quote deutlich oberhalb 30 Prozent erreichen.

Wirkungsvolle Markenpflege

Wie bereits beschrieben, wir verändern Märklin. Dazu gehört auch eine Intensivierung von Marketing und Vertrieb. Wir kommunizieren beispielsweise verstärkt den Namen Märklin als Dachmarke in der Öffentlichkeit. In neuen Print-Anzeigen, in Kino- und TV-Werbung stellen wir die Eigenschaften, den Nutzen, den Wert und die Kultur der Marke Märklin in den Vordergrund. Märklin ist ein Traditionsname, er wird häufig sogar als Synonym für das Hobby Modellbahn verwendet. Viele Menschen kennen die Marke, viele Familien besitzen Modellbahnen; sie modernisieren oder kaufen aber zur Zeit nicht hinzu. Dieses Potential wollen wir heben. Genau hier setzen wir daher mit neuen Marketingmaßnahmen an.

Ein gutes Beispiel für die neue Dachmarkenstrategie war unsere TV-Werbung während der Olympischen Spiele im Nachrichtensender N-TV mit direkter Preisverleihung an die Studiogäste. Zum Abschluss der Kampagne ehren wir am 25. November die Kanutin und Rekordolympia-Siegerin Birgit Fischer. Ein zweites Beispiel für die neue Dachmarkenstrategie ist die Bannerwerbung im Stuttgarter Gottlieb-Daimler-Stadion. Der Schriftzug »Faszination Spielzüge« macht deutlich, dass das Hobby Modellbahn weit mehr ist als Miniaturspielzeug. Tatsächlich steht Märklin für pure Freude, gute Laune und richtig viel Spaß. Insofern gleichen sich – Sie entschuldigen meine regionale Verbundenheit – die Spielweise des Teams vom VfB Stuttgart und Märklin.

Parallel zur Dachmarkenkampagne sprechen wir weit mehr als bislang mit speziellen Aktionen gezielt Teilöffentlichkeiten an. So haben wir beispielsweise 2004 eine attraktive Feuerwehrstartpackung konzipiert und 200000 Feuerwehrleute angeschrieben. Die Resonanz war gut und dokumentiert, dass wir mit zielgruppenaffinen Offerten den Markt noch besser bearbeiten können.

Ich möchte noch kurz drei weitere Beispiele der neuen Marketing- und Vertriebsaktivitäten nennen.



Bitte stellen Sie dazu später auch Herrn Unser Fragen. 2004 haben wir zur Einführung von Märklin Systems ein bislang in der Branche einmaliges Paket für Handel und Verbraucher geschnürt. Die 3. Generation der Märklin Digitalsysteme wurde bundesweit in großen Städten präsentiert, über das gesamte Jahr haben wir Seminare für Händler und Spieler angeboten, eine Seite im Internet gibt Tipps und Hinweise zum System. Darüber hinaus wurden über 600 Spieltische im Handel installiert, an denen jeder Märklin Systems testen kann. Das intensive Marketing hat dazu geführt, dass das innovative Produkt bereits nach wenigen Monaten erfolgreich eingeführt war und auf eine große Nachfrage stößt.

Märklin und Kunst

Märklin ist ein Mythos. Die Historie, die Bekanntheit, das Renommée der Marke nutzen wir, um die Modellbahn mit dem Begriff Kunst zu verknüpfen. Historisches Spielzeug von Märklin erzielt regelmäßig auf Auktionen Höchstpreise. Weil die Stücke selten sind. Aber auch, weil die Bahnen, Autos, Flugzeuge, Puppenwagen wie Skulpturen mit viel Handwerkskunst gearbeitet wurden. Konsequenterweise haben wir 2003 und 2004 eine europaweit beachtete Ausstellung in der Kunsthalle Tübingen organisiert.

Gemeinsam mit dem bekannten und erfolgreichen Ausstellungsmacher Professor Dr. Götz Adriani gelang eine packende Präsentation historischer und moderner Schätze. Über 67 000 Märklin-Fans besuchten die Tübinger Kunsthalle. Zwischen November 2004 und Februar 2005 ist nun eine erweiterte Ausstellung »Mythos Märklin – Dem Spiel auf der Spur« in Wien zu sehen. Und zwar mit

noch mehr Exponaten. Über 1 000 Kunstgegenstände – von der Riesenspur V bis zu Musterblättern aus dem 19. Jahrhundert – veranschaulichen, was Märklin tatsächlich ist. Eine Legende. Aber eine Legende, die lebt und energisch seine Zukunft formt. Ich bin mir sicher, in 50 Jahren werden die Produkte, die wir heute als Innovation vorstellen, ebenso für Erstaunen in Museen und auf Ausstellungen sorgen.

Das Interesse in der Öffentlichkeit, das wir mit mehr Werbung, intensiver Verkaufsförderung und ungewöhnlicher Imagepflege hervorrufen, nutzen wir gleichsam, um neue Angebote zu platzieren. So bauen wir beispielsweise den Bereich Merchandising konsequent aus: Rund 80 Produkte – vom Modellbahnwagen mit Sonderprägung über Reisewecker, Taschenmesser oder Schreibset – können mittlerweile in unserem Göppinger Museum, im Fachhandel, im Märklin Center in Sonneberg sowie per Internet erworben werden. Die Fan-Artikel wecken Sympathie, sie stärken die Markentreue und transportieren Informationen. Neben diesem Imagetransfer ist es unser Ziel, das Merchandising zu einem eigenen, ertragsstarken Geschäftsfeld auszubauen.

Lagebericht

Spielzeugmarkt stagniert – Modellbahn verliert

Märklin strebt mit Schwung in eine erfolgreiche Zukunft. Wir modernisieren das Unternehmen, wir entwickeln attraktive Produkte, wir haben weitere Innovationen in der Pipeline, wir besitzen eine exzellente Stellung im Markt und pflegen intensiv Image und Ansehen der Marke. Dieses Engagement wird allerdings von einer schlechten Lage im

traditionellen Spielzeugmarkt begleitet. Wenn man den Markt über die letzten Jahre betrachtet, muss ein kontinuierlicher Verlust konstatiert werden. Von 1994 bis heute hat die Branche 387 Millionen Euro Volumen verloren. Im gleichen Zeitraum ging der Absatz von elektronischen Waren wie Computer- und Videospiele deutlich hoch.

Nach Untersuchungen von Eurotoys lag das Umsatzvolumen im Gesamtmarkt 2003 bei etwas über 3,2 Milliarden Euro. Mit Videospiele wurden 853 Millionen Euro, mit traditionellen Spielwaren knapp 2,4 Milliarden Euro erwirtschaftet. Damit haben Puppen, Fahrzeuge, Plüschspielzeuge oder Bausätze in etwa das Niveau des Vorjahres halten können. Mit der Stagnation kann man angesichts eklatanter Verkaufseinbußen zum Beispiel in der Konsumgüterindustrie zufrieden sein. Andererseits leiden wir als Hersteller unter einem harten Preisdruck. Wachstum ist in dieser Situation nur schwer erzielbar.

Das wird insbesondere deutlich, wenn man sich das Segment der Modellbahn anschaut. Nach 251 Millionen Euro Umsatz 2002 rauschte der Markt im vergangenen Jahr auf 232 Millionen Euro hinunter. Das ist ein Minus von 7,5 Prozent. Über die Gründe muss nicht spekuliert werden: Geringere Lohnzuwächse, höhere Verbraucherpreise, schlechte Arbeitsmarktlage sowie Zukunftsängste der Menschen haben dem Hobby Modellbahn im vergangenen Jahr schwer zugesetzt. Hinzu kommen die massiven Schwierigkeiten des Handels.

Und die Situation hat sich nicht gewandelt. Wir sehen ergo für 2004 zwei Trends: Wir stellen fest, dass sich die Modellbahn im Konsumumfeld zwar durchaus gut behauptet, aber letztlich nicht abkoppeln kann.

Trotz dieser verhaltenen Prognose für das laufende Jahr möchte ich ausdrücklich betonen, dass die kleine Bahn zu Recht einen festen Platz im nationalen und internationalen Spielwarenhandel hat. Mit einem prozentualen Anteil am traditionellen Spielwarenmarkt von etwa zehn Prozent ist die

Modellbahn ein wichtiger Umsatzbringer. Wir haben in der letzten Dekade lediglich drei Jahre erlebt, in denen die Inlandsumsätze sanken. Meiner Ansicht nach ist das eine beachtliche Leistung für ein Hobby, das technisch anspruchsvoll ist, aus vielen Einzelkomponenten besteht und daher über Jahre gesammelt werden muss und zudem noch seinen Preis hat.

Märklin hat – wie ausgeführt – die negative Konjunktur zu spüren bekommen. Allerdings weniger hart als der Gesamtmarkt. Und trotz der schwierigen Entscheidungen, die wir getroffen haben, wollen wir uns als Unternehmen weder beklagen, noch der abwartenden Stimmung im deutschen Mittelstand folgen. Ich bin der festen Überzeugung, negative Konjunkturreinflüsse können Märklin auf dem Weg in eine erfolgreiche Zukunft bremsen, aber nicht aufhalten.

Fazit

Um im Kontext der Modellbahn zu bleiben: Wir haben die Weichen richtig gestellt.

Denn Märklin

- vollzieht notwendige Veränderungen und wandelt sich in ein modernes Unternehmen
- stützt den heimischen Fachhandel mit vielen attraktiven Marketingmaßnahmen
- steigert kontinuierlich seine globale Markenbekanntheit
- setzt weiter konsequent auf Innovationen und hochwertige Produkte

Dank unserer Marktstellung und der genannten Strategien werden wir auch in einem schwierigen Konjunkturmilieu weiter Marktanteile gewinnen und bei Umsatz und Ertrag zulegen.





Ihre Freundschaft zahlt sich aus!

Für ein neu erworbenes Mitglied im
Märklin-Insider-Club bedanken wir uns bei
Ihnen mit einer der abgebildeten Prämien.

Insider werben Insider



...Sie brauchen
nur das
beiliegende
Formular
auszufüllen!