

und wird aus den Einnahmen finanziert. Kostenstelle: Diskettenkopierdienst. So wie dieses Beispiel können auch andere Dienste gestaltet werden.

Das Nebeneinander vieler Clubs hat auch seine Probleme, der Kunde hat die Qual der Wahl. Welchem Club soll er sich anschließen? Was ist, wenn er dem Club A angehört aber Dienste vom Club B will?

Die Oldies unter den Clubs, **PCC-TGM** und **MCCA** entstanden unabhängig. Dennoch gibt es kleine Bereiche, in denen bereits kooperiert wird: Seminare/Clubabende können jeweils wechselseitig ohne Zusatzkosten besucht werden.

Eine engere Zusammenarbeit würde aber heißen, daß Mitglieder des z.B. **CCC-Villach** Dienste des **CCC-Wien XII** in Anspruch nehmen können ohne dort direkt Mitglied zu sein. Am einfachsten regeln das Clubs durch gestaffelte Preise: Selbstkostenpreise für Clubangehörige, Ermäßigte Preise für assoziierte Clubs, Gewinnorientierte Preise für Fremdkunden.

Clubunabhängige Dienstleistungen

Es gibt derzeit ein Beispiel: die **PC-NEWS**. Die **PC-NEWS** versuchen, für die Clubs eine akzeptable Plattform zu sein. Speziell kleine oder junge Clubs können ihren Mitglieder sofort eine ansehnliche Clubzeitschrift anbieten und gleichzeitig Platz nach Bedarf belegen. Die Clubs erhalten eine größere Öffentlichkeit und auch die Chance auf diesem Weg zu neuen Mitgliedern oder vielleicht auch nur Abnehmern spezieller Clubleistungen zu kommen.

Ein weiteres Beispiel (als zukünftiges Projekt): Jeder Club hat eine; hat er keine, braucht er eine: die **Clubkarte**. Sie soll einen vergünstigten Einkauf bei Firmen ermöglichen. Ansatzweise ist das zum Teil auch bis vor einigen Jahren mit der Zusammenarbeit des **PCC-TGM** mit einer einzigen Firma gelungen.

Aber es ist für beide Teile nur von kurzfristigem Vorteil. Die Bindung an eine Firma verhindert einen Markt, der preisregulierend wirkt und suggeriert dem Mitglied, günstig zu kaufen. Es wird übersehen, daß oft in der Nachbarschaft durchaus niedrigere Preise zu erreichen wären. Umgekehrt ist aber auch eine Firma nicht gut beraten, sich allzusehr mit einem Club einzulassen, die Zusammenarbeit basiert auf nur schwachen Zusagen und könnte nur allzuleicht schwinden. Alles schon dagewesen.

Eine Firma braucht Käufer. Egal, ob von Clubs oder von anderswo. Daß Clubmitglieder irgendwo besser bedient, bevorzugt behandelt oder billiger einkaufen, ist zwar ein Argument der Clubs, die Einkaufserfahrungen jedes Einzelnen werden wahrscheinlich durchaus anders aussehen.

Aber: die Spannen der Händler schrumpfen zusehens. Die derzeitigen Listenpreise für Computer und Zubehör enthalten nicht viel Spielraum für eventuelle Beratung oder gar Hilfestellung. Hier sind Clubmitglieder gern gesehene Kunden, denn sie gelten als Fachleute, mit denen man reden kann, die sich eine Hauptplatine auch einmal selbst einbauen können, die einen guten Preis auch durch Treue zum Händler honorieren.

Eine Firma registriert Verkaufserfolg an Kundenzahlen, kann sie aber besser ihren Werbeaktivitäten zuordnen, wenn sich die Käufer durch Klubkarten deklarieren. Die **PC-NEWS** als Werbeträger hat größtes Interesse daran, daß die Leser und/oder Clubmitglieder sich als solche zu erkennen geben und (natürlich), daß sie bei den Inserenten und nicht anderswo einkaufen. Die in den **PC-NEWS** inserierenden Händler bemerken, daß sich ihre Käufer gerne auf die **PC-NEWS** berufen. Es gibt also ein erfreuliches Feedback

Leider steht den vielen einzelnen, verschiedenen Clubkarten entgegen, daß sie - in bester Absicht zwar - aber durch die Zersplitterung und verschiedenartiges Aussehen nicht massiv genug in Erscheinung treten, um für die Träger von Vorteil zu sein. Eine zwar ordentliche Clubkarte eines Clubs mit sehr wenigen Mitgliedern tritt bei den Firmen zu wenig in Erscheinung und fällt nicht auf, auch wenn ihre Träger durchaus kompetente Einkäufer sind und auch dann, wenn sie (etwa wie die Lehrer) typische Multiplikatoren sind.

Laßt uns also eine *gemeinsame* Clubkarte gestalten, mit allen **Club-symbolen** auf der Titelseite, den **persönlichen Daten** auf der Rückseite und einem, für den Träger wichtigen Innenteil: alle wichtigen

Daten seines Rechners sollen sich auf einem herausklappbaren Zettel befinden (Festplattentypen, Interrupts, IO-Adressen, DMA- und Speicherbelegung der verwendeten Karten), eventuell Platz für **kodierte Paßwörter**, kurz ein *Karte mit Gebrauchswert*. **Der Clou**: alle sollen sie haben können, auch Nichtmitglieder, ein kleiner Unterschied soll aber doch sein: während die Allerweltskarte eine schlichte Karte mit leicht angedeuteten Symbolen der Clubs sind, zeichnen sich die Karten der Mitglieder durch besondere Farbgebung und durch eine optische Hervorhebung des jeweiligen Club-Symbols aus. Verbreitet werden die Karten über Zeitschriften, Partner dazu werden gesucht.

Die Karte soll den Träger als einen kompetenten Kunden ausweisen, daher der Name: **Computer Competence Card**, ein bißchen verwandt mit den drei c's vom Computer Communications Club. Neben der weit verbreiteten Massenversion soll es Karten geben mit individuellem Aufdruck eines Fotos des Besitzers.

Die Karten sollen für die Träger kostenlos sein. Die Kartenfertigung soll sich selbst finanzieren, einige Firmen haben ihr Interesse schon bekundet als Sponsor aufzutreten. Je mehr es sind, desto besser für alle.

Ein Projekt für's nächste Jahr?

Franz Fiala u. Werner Illsinger

Termine

Fre	10. Juni	Point Meeting CCC, Artur&Artur, Gußhausstraße gegenüber dem Elektrotechnischen Institut. 19h.
Don	23. Juni	Clubabend beim MCCA, Am Heumarkt 4, 1030 Wien, ab 18h (Lageplan siehe Seite 16)
Mon	27. Juni *)	Mikrocontrollerseminar Linz, Siemens Forum, Wolfgang Paulistraße 2, 4020 Linz, 8:00-17:00.
Die	28. Juni *)	Mikrocontrollerseminar Wien, Siemens, 9. Stock, Göllnergasse 15, 1030 Wien, 8:00-17:00.
Mit	29. Juni *)	Mikrocontrollerseminar Graz, Grand Hotel Wiesler, Grieskai 4, 8020 Graz, 8:00-17:00.
Don	30. Juni	Redaktionsschluß (Beiträge) für PC-NEWS edit -39.
Mit	10. August	Redaktionsschluß (Nachträge und Inserate) für PC-NEWS edit -39.
Mon	29. August	Versand PC-NEWS edit -39.

*)Programm

08:30-09:00	Eintreffen der Teilnehmer
09:00	Wir setzen auf die 16bit 80C166 Mikrocontrollerfamilie
09:30	Die 16bit Mikrocontrollerfamilie SAB80C166, SAB C165 SAB C167
11:00	Kaffeepause
11:15	Fortsetzung „die 16bit Mikrocontrollerfamilie“
12:45	Mittagsbuffet und Gespräche mit den Ausstellern
14:15	Echtzeitbetriebssysteme, Einführung, das Produkt EUROS
16:30	Kaffeepause, Gespräche und Toolvorführungen

Vortragende

Dr.-Ing. Stefan Kaneff	Ingenieurbüro Kaneff, Nürnberg
Dipl.-Ing. Anton Müller	Siemens München
Dipl.-Ing. (FH) Klaus-Dieter Nitsche	Siemens Erlangen
Ing. Wilhelm Brezovits	Siemens Wien

Aussteller

Ing.-Büro Kaneff (Nürnberg), PLS (Hoyerswerda), Willert Software Tools (Bückeburg), Nowartan Elektronik (Wien), Rekirsch (Wien), RESI (Graz).

Kosten/Person

ÖS 600,-, zahlbar am Seminarort, enthält Mittagsbuffet, Pausengetränke und Fachliteratur (wahlweise das Handbuch zum SAB 80C166 oder das Handbuch zum SAB C165 und SAB C167).

Auskunft

Wilhelm Brezovits: (0222) 71711-5883, FAX: (0222)-71711-6110 □