
MANAGEMENT-NEWSLETTER Q2-3 / 2007

Sommer, Sonne, Sonderkonjunktur! Die deutsche Wirtschaft wächst wie schon lange nicht mehr und die Politik weiß nicht so recht, wie ihr geschieht. Gut, sie weiß auch nicht warum. Aber das ist ein anderes Thema.

Wir haben auf jeden Fall wieder viele neue Informationen für Sie, u.a. wie sich fast alle Videoformate mit einem Video-Player abspielen lassen. Das und noch viel mehr finden Sie im aktuellen MANAGEMENT-NEWSLETTER wie folgt zusammengestellt:

1. News und Fakten
2. Marken-Ticker
 - >> Gedanken: Übersicht mit Markenzitaten
 - >> Buch-Tipp: Psychologie der Markenführung
3. Management-Wissen
 - >> Special: Umsetzungskompetenz
 - >> Link-Tipp: TED – Ideas Worth Spreading
4. SpassArbeit
 - >> Kurioses zum Schluss: PowerPoint-Karaoke

1. News und Fakten

>> Knapp 72% arbeiten im tertiären (Dienstleistungs-)Sektor <<

Dem aktuellen Datenreport 2006 zufolge lag der tertiäre Sektor 2005 bei 69,4% (71.9%), was die Bruttowertschöpfung (Arbeitsplätze) betrifft. Demgegenüber erwirtschaftet der sekundäre Sektor nur noch 29,7% der Wertschöpfung und sorgt für 25,8% der Arbeitsplätze.

Gleichzeitig gilt es zu beachten, dass die Arbeitsproduktivität in der Industrie etwas 7x Mal, im Dienstleistungssektor ca. 3x höher liegt als in der Landwirtschaft, dem primären Sektor, der nur noch 0,9% zur Bruttowertschöpfung beiträgt und 2,2% aller Jobs bereithält.

Quelle: www.destatis.de, www.wiwo.de sowie eigene Recherchen

>> 11,5 Mal mehr Studenten in China als in Deutschland <<

Während es in Deutschland aktuell 1,97 Mio. Student(inn)en gibt, was rund 20% der alterstypischen Bevölkerung entspricht, sind es in China allein an den über 1.700 staatlichen Hochschulen mit 17,4 Mio. fast 9x so viele (und ca. 4,1 Mio. mehr als 2004). Insgesamt zählt China aktuell über 23. Mio. Studierende, rund 11,5x so viele wie bei uns. Einen Abschluss erreichten 2006 mehr als 4 Mio. Studenten, darunter rund 400.000 Ingenieure.

Quelle: www.spiegel.de, www.wiwo.de sowie eigene Recherchen

>> Seit 1970 75% weniger Verkehrstote trotz 3x mehr Autos <<

Seit Beginn der Unfallstatistik 1953 gab es noch nie so wenige Verkehrstote wie 2006: 5.107. Im Vergleich dazu erlagen 1970 noch 21.332 Personen ihren Verletzungen im Straßenverkehr. Der Rückgang von über 75% ist u.a. auf gesetzliche Regelungen (u.a. Gurt- und Helmpflicht, striktere Promillegrenzen), verbesserte Fahrzeugtechnik (u.a. Gurte, Airbags, ABS) und optimierte Verkehrswege (u.a. Leitplanken, Standstreifen, mehr Kreisverkehre, separate Radwege) zurückzuführen.

Dies ist umso beachtlicher, wenn man bedenkt, dass wir über das dichteste Straßennetz in Europa verfügen und sich seit 1970 die Kfz-Anzahl fast verdreifacht hat (von 19,6 Mio. auf 54,9% 2006). Zugleich ist die jährliche Fahrleistung von rund 1.000 Km 1950 auf heute 12.000 Km. gestiegen. Trotz der höchsten Jahresfahrleistungen sind auf unseren über 12.000 Autobahnkilometern nur 12% der Opfer zu beklagen, 60% außerorts und 28% im Stadtverkehr.

Quelle: www.focus.de sowie eigene Recherchen

>> 20 Megastädte erwirtschaften rund 50% des Welt-BSP <<

Während der Anteil der Stadtbevölkerung im Jahr 1800 noch bei 3% lag, waren es 1950 schon 30%. Heute liegt der Stadtbevölkerungsanteil bei rund 50%. Bis 2050 soll der Anteil weiter auf 2/3 steigen. Dem US-Ökonom Richard Florida zufolge stehen dabei allein die 20 größten Megastädte rund die 1/2 des welt-weiten Bruttosozialproduktes (BSP), 2/3 der Patentanmeldungen und 3/4 aller Innovationen.

Quelle: www.wiwo.de; ein in nachdenkliches, 7-seitiges Essay zur „Renaissance der Stadt“ lesen Sie hier: http://www.boell-bremen.de/dateien/Matzig_3a2.pdf

2. Marken-Ticker

>> 72.321 Markenmeldungen 2006 in Deutschland <<

Vor wenigen Tagen ist der DPMA-Jahresbericht 2006 erschienen, demzufolge letztes Jahr in Deutschland 72.321 Marken neu angemeldet wurden (+2% gegenüber 2005), davon 68.810 aus dem Inland und 33.164 als Dienstleistungsmarken.

Den neusten und alle bisherigen Jahresberichte seit 1999 als Download finden Sie hier: <http://www.markenlexikon.com/downloads.html>

>> Veranstaltungstipp: 11. Internationales Markentechnikum <<

Am 13. und 14. September findet in Genf wieder das alljährliche „Internationales Markentechnikum“ des Institut für Markentechnik statt. Ich selbst war letztes Jahr vor Ort und total begeistert. Die Themen (u.a. Markenwertsicherung bei Akquisitionen) und Referenten (u.a. Rainald Mohr von Bosch) für dieses Jahr sind ebenfalls vielversprechend.

Weitere Informationen finden Sie hier: <http://www.markentechnikum.ch>

>> Gedanken: Übersicht mit Markenzitaten <<

Sie suchen ein passendes Markenzitat, z.B. dass „mehr Marken an Langeweile [sterben] als an frischen Ideen“ (David Eicher)? Dann besuchen Sie unsere Übersicht mit aktuellen Zitaten, die wir diversen Vorträgen, Fachzeitschriften und Büchern entnommen haben: <http://www.markenlexikon.com/markenzitate.html>

Daneben finden Sie zu allen, aktuell 30 Buchbesprechungen auf Markenlexikon.com eine Auswahl der aus unserer Sicht besten Markenzitate:
<http://www.markenlexikon.com/markenaussagen.html>

>> Buch-Tipp: Psychologie der Markenführung <<

Wer sich bis dato einen umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Dinge zum Phänomen „Marke“ verschaffen wollte, griff entweder zu „Moderne Markenführung“ von Esch und/oder zu „Praxisorientierte Markenführung“ von Gaiser, Linxweiler und Brucker. Mit „Psychologie der Markenführung“ ist nun ein drittes Herausgeberwerk erschienen, das sich Marken aus - genau - der psychologischen Perspektive nähert. Lesenswert!

http://www.markenlexikon.com/buch_psychologie_der_markenfuehrung.html

Warnung: Ich selbst bin im Buch mit 2 Beiträgen über „Multisensuales Branding“ und über „Erlebnismarketing & Markenerlebnisse“ vertreten. ☺

3. Management-Wissen

>> Umsetzungskompetenz <<

An Konzepten fehlt es den meisten Unternehmen nicht. Dafür an Umsetzungskompetenz, d.h. an realisierungsstarken Mitarbeitern. Wie Sie Konzepte wirksam umsetzen, basiert Management-Vordenker Fredmund Malik auf den folgenden 3 Erfolgsfaktoren:

(1) Konzentration auf Weniges

Nehmen Sie sich nur eine kleine Anzahl an Schwerpunkten vor!

(2) Mobilisierung glaubwürdiger Multiplikatoren

Versuchen Sie nicht, alle oder möglichst viele für Ihr Vorhaben zu gewinnen, da es immer Leute gibt, denen Ihren Aktivitäten Nachteile bringen, sondern beschränken Sie sich auf die „kritische Masse“ glaubhafter Mitarbeiter und mobilisieren Sie diese! Glaubhaft sind Mitarbeiter meist aufgrund ihrer sichtbaren Ergebnisse. Da sich andere Mitarbeiter an ihnen orientieren, reichen häufig 30% der richtigen Leute aus, manchmal sogar nur 5%, um das System in Bewegung zu setzen.

(3) Persönliche Präsenz vor Ort

Verlassen Sie sich nicht auf Berichte, sondern gehen Sie vor Ort, sprechen Sie persönlich mit den Leuten. Machen Sie sich selbst ein Bild vom Umsetzungsfortschritt. Papier ist geduldig, seien Sie es nicht! Nur vor Ort erhalten Sie einen vollständigen und realitätsgerechten Eindruck vom Stand der Dinge.

Den kompletten Beitrag „Was in den Kompetenzkriterien fehlt: Wirksam umsetzen“ von Fredmund Malik als Download finden Sie hier:

http://www.markenlexikon.com/texte/sbr_malik_umsetzung_2007.pdf

Mehr Ideen für „Wirksames Management für eine neue Zeit“ finden Sie in Maliks Management-Klassiker „Führen, Leisten, Leben“:

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3453196848/mlex-21>

>> Zitat parat: Jubel, Jubiläum, Jotwede <<

„Wer keine Visionen hat, der feiert bald nur noch Jubiläen.“

Otto Georgens

Katholischer Weihbischof von Speyer (geb. 1950)

Hinweis: Das Wort „Jotwede“ ging aus der Abkürzung j.w.d. hervor, was im Berlinerischen dafür stand, dass jemand „janz weit draußen“ am A.d.W. (noch so eine nette Abkürzung!) wohnte.

>> Buchtipp: Das 7. Gesetz von Köhler (Hrsg.) <<

Wenn Sie noch ein brandneues Buch für Ihren Sommerurlaub suchen sollten, das lustig und lehrreich zugleich ist, dann legen Sie noch schnell das am 7.7.2007 erscheinende Buch „Das 7. Gesetz“ zu. Der Band mit einem bunten Strauss an Beiträgen zum Thema „Erfolg“ ist nicht nur wegen seiner 5-eckigen Form außergewöhnlich. Außergewöhnlich sind auch die 47 Beiträge von 49 Marketingexperten, Hochschulprofessoren und Journalisten, u.a. von Michael Brandtner, Lothar Seiwert, Nikolaus B. Enkelmann und Geert Müller-Gerbes.

„Das 7. Gesetz“ auf Amazon.de finden Sie hier:

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3897497271/mlex-21>

>> Link-Tipp: TED – Ideas Worth Spreading <<

Auf TED (<http://www.ted.com>) finden sich Top-Vorträge bekannter Manager, Autoren und Politiker zu „Ideen, die es wert sind, verbreitet zu werden“. Die Vorträge im .mp4-Videoformat dauern im Schnitt 30 Min., können online angeschaut oder heruntergeladen werden und passen zum Großteil in die Rubrik „Musterbeispiele“ hervorragender Präsentationstechnik. Aber auch inhaltlich sind die vorgetragenen Ideen absolut empfehlenswert. Deshalb: Unbedingt anschauen!

Ein absoluter Brüller ist die Rede von David Pogue (New York Times) über „When it comes to tech, simplicity sells“, die er mit einer eigenwilligen Interpretation von „Sound of Silence“ auf dem Klavier beginnt und beendet und in der er sich auf äußerst amüsante Weise über Software, insb. Microsoft, lustig macht:

<http://www.ted.com/talks/view/id/7>

Aber keine Sorge, auch Apple bekommt (s)einen Biss ab!

>> Zitat für Manager: Keine Geheimnisse! <<

„Nur kümmerliche Geheimnisse brauchen Schutz. Große Entdeckungen sind durch die Ungläubigkeit des Publikums geschützt.“

Marshall McLuhan

Kanadischer Schriftsteller und Medientheoretiker (1911-1980)

>> Video-Tipp: Player für (fast) alle Videoformate <<

Es nervt! Wer sich heute Videos aus dem Internet oder von seiner Video-/Digitalkamera ansehen möchte, muss meist 5-7 verschiedene Player installieren, z.B. Windows Media Player, RealPlayer, QuickTime, FLV, DivX, iTunes etc. Mit der Installation einer der folgenden beiden Gratis-Player ist damit endlich Schluss:

(1) VLC media player: einfach, einfach gut: <http://www.videolan.org/vlc>

(2) Democracy Player: die edle Version, top: <http://www.getdemocracy.com>

>> Neuer Verhaltens-Begriff: „Wilfing“ <<

Jeder von uns kennt das. Man sucht nach etwas im Internet, um sich nach einer halben Stunde mit einem ganz anderen Thema beschäftigt beim Surfen wiederzufinden ... und zu fragen: Nach was wollte ich denn eigentlich suchen? Jetzt haben britische Forscher endlich den passenden Begriff für dieses „Lost in (Web)Space“-Phänomen erfunden: Wilfing, eine Kurzform von „(What) was I looking for?“ Ja, was nur?

Quelle: www.focus.de und eigene Erfahrungen :-)

>> Versicherungs-Tipp: Was braucht man wirklich? <<

Entweder sind wir überversichert oder die entscheidende Police fehlt. Dummerweise merken wir das erst (a) wenn das Geld knapp wird oder (b) wenn der „Versicherungsfall“ eintritt und kein Scheck ins Haus geflattert kommt.

Eine einfache und schnell zum Ziel führende Übersicht des „Bunds der Versicherten“ mit den Rubriken „Was bin ich?“ (Single, Paar & Co.) und „Was habe ich? (Kfz, Reisen & Co.) finden Sie hier:

<http://www.bunddersicherten.de/bdvberatung/asp/selection.asp>

>> Das politische Zitat: Statistik bei Nacht <<

„Statistiken [haben] für Politiker gelegentlich eine ähnliche Funktion wie Laternen für Betrunkene: Sie dienen mehr der Aufrechterhaltung des eigenen Standpunkts denn der Erleuchtung.“

Roland Koch
Hessischer Ministerpräsident (geb. 1958)

>> Kolumne: Fernleiden im TV. Zu dumm! <<

Vor kurzem schrieb Oliver Kalkofe, der als einer von drei Köpfen von „Neues vom Wixxer“ selbst nicht unbedingt für Oberschichtenunterhaltung bekannt ist, im Spiegel über die „kreative Querschnittslähmung“ im deutschen Fernsehen, das eher einem Fernleiden gleicht als hochwertiger TV-Unterhaltung.

So konstatiert Kalkofe: „Unser Fernsehen ist am Ende. Beim Versuch es allen recht zu machen, auf riskante Innovationen zu verzichten und einfach die Erfolge der restlichen Welt zu kopieren, ist das deutsche Fernsehen versehentlich mit dem Hintern an den Knopf für den Selbstzerstörungsmechanismus gekommen.“ Oder um es mit Harald Schmidt etwas kürzer zu formulieren: Unterschichtenfernsehen für alle. Alle!

Kalkofe zufolge „herrscht auf Seiten der Sender heute die Geschäftsmentalität eines Dönerbuden-Besitzers, der heimlich zwölf Jahre altes Gammelfleisch auf den Drehspieß packt“.

Noch schmackhafter wird es bei den „Mitmachsendern“, einer euphemistischen Umschreibung für „Abzock-TV“: „Debil grinsende Moderations-Amöben auf Neun Live oder DSF, die stundenlang vor einem vollgeschmierten Flipchart stehen und sich den kargen Restverstand aus dem Haarständer labern, um die zuschauenden Nieten im Loseimer der Glotzmasse zum Anrufen und Bezahlen der dreisten Dämlichkeit zu animieren.“

Und was meint Kalkofe zum Rest des Programms? „Die ewige Suche nach dem Superwesen – sei es nun im Bereich Gesang, Tank, Optik („Deutschland sucht den Superstar“, „Popstars), Haustier („Top Dog“) oder Bullimie („Germany's Next Topmodel“).

4. SpassArbeit

>> Mir wird schlecht: Gut gemeinte Ratschläge der Eltern! <<

Vor kurzem lief auf SWR3 eine Aktion, bei der nach Sprüchen aus der eigenen Kindheit gesucht wurde, die schon damals tierisch nervten.

Im Folgenden die ersten 5 Sprüche unserer persönlichen Top 10. Die übrigen nervigen „Bonmots der Eltern“ folgen das nächste Mal:

(1) Wenn der eigene Sohn etwas verbockt hatte:
"Du bist unser bestes Pferd im Stall. Du machst immer den meisten Mist."

(2) Wenn der Sohn frech war:
„Keiner ist unnütz, er kann immer noch als schlechtes Vorbild dienen.“

(3) Wenn die Beine unter dem Tisch zu weit ausgestreckt waren:
"Magst du dich zu mir setzen? Dann bist näher bei deinen Füßen."

(4) Wenn der Sohn etwas verbockt hatte:
"Dich und die kleinen Kartoffeln, die kann man brauchen."

(5) Wenn die Tochter ihr Zimmer nicht aufräumen wollte:
"Stell dir vor, bei uns brennt es mal, was denkt denn da die Feuerwehr!"

>> Das humorvolle Zitat: Mann, was für ein Wachstum! <<

„Männer entwickeln sich bis 14, danach wachsen sie nur noch.“

Inge Meysel
Deutsche Schauspielerin und „Mutter der Nation“ (1910-2004)

>> Von wegen „Bild Dir (D)eine Meinung“! <<

Zwischen dem Selbst- und Fremdbild eines Menschen klafft nicht selten eine beachtliche Lücke. Manchmal ist sie gar so groß wie bei dem Geisterfahrer, der im Radio von einem entgegenkommenden Falschfahrer hört und sich lautstark empört:
„Einer? Hunderte!“

Quelle: www.manager-magazin.de (6/2007, S. 230)

>> Wirkungsvoll: Sind sie zu stark, bist Du zu schwach! <<

Verzweifelt kommt ein Mann zum Arzt. „Herr Doktor, Sie haben mir ein Röhrchen mit Stärkungsmitteln verschrieben...“ „Ja und, was ist damit“, fragt der Doktor. „Ich bekomme sie nicht auf!“

>> Kurioses zum Schluss: PowerPoint-Karaoke <<

Die Idee zum neuen Freizeitspaß kam Holm Friebe beim Googeln. Immer wieder war er auf fremde PowerPoint-Dateien gestoßen, die sich ihm mal mehr, mal weniger erschlossen. So entstand die Idee zum Poetry-Slam für Berater, Manager und alle sonstigen Schönredner und Schnelldenker. Einfach das Konferenzzimmer für den Abend reservieren oder den Beamer mit nach Hause nehmen, Freunde und Bekannte einladen und vorher noch schnell wahllos ein paar Präsentationen aus dem Internet herunterladen, z.B. über „Sauberes Wasser – gesunde Fische“ oder „Verletzungsgefahren beim Minigolfen“.

Bevor's losgeht und der 1. Freiwillige die ihm zugeteilten Charts zum Besten gibt, die er vorher noch nie gesehen hat, gilt es ihm noch drei Infos mit auf den Weg zu geben:

-
- (1) Wie lautet der Titel?
 - (2) Wie viele Folien sind es?
 - (3) Wie viel Zeit steht zur Verfügung?

Und los geht's mit „der unfallfreien Bewältigung des Plattitüden-Slaloms“ wie fivetonine-Autor Brake es bezeichnet. PowerPoint-Karaoke macht nicht nur mächtig Spaß, sondern schult auch das Improvisationstalent und die freie Rede „unter erschwerten Bedingungen“!

Drei Karaoke-Vortragstipps zum Schluss:

- > Nicht genau hinschauen, sondern die Folie fix durchgehen, einen Aspekt herausgreifen und frei assoziieren
- > Elegante Ausreden anführen (unser Praktikant!)
- > Bei ganz harten Fällen radikal vom Thema lösen und sich eine fesselnde (erfundene) Geschichte ausdenken

Quelle: www.fivetonine.de sowie eigene Karaoke-Erfahrungen

Eine erholsame Sommerzeit mit reichlich Gelegenheit, am Stand, in den Bergen oder auf dem Land einmal über das Alltagsgeschäft hinauszuschauen und nach prächtigen Perspektiven für eine rosige Zukunft zu suchen wünscht Ihnen und Euch allen Karsten Kilian

P.S.: Weiterempfehlungen erwünscht: Einfach eine E-Mail mit Betreff „Newsletter abonnieren“ an die unten genannte Adresse senden.

© 2007 Karsten Kilian - Irrtümer vorbehalten. Für Fehler wird nicht gehaftet.

Kontakt: Tel.: 09343 / 50 90-31
 Fax: 09343 / 50 90-32
 Mail: info@markenlexikon.com
 Internet: www.markenlexikon.com