

der G20-Prozesse werden zu lassen“. Eigentlich genau ihr Thema. Denn Ivanka setzt sich für staatliche Zuschüsse zur Kinderbetreuung und einen bezahlten Mutterschutz ein. Ihren Vater bat sie um diese eine politische Forderung: Eine Frauenpolitik für arbeitende Mütter umzusetzen. Den Job der Unternehmerin gab sie schon im Januar an ihren Schwager und ihre Schwägerin weiter, um voll und ganz in die Politik einzusteigen. Obwohl sie keinen politischen Background hat, lernt sie schnell – ruft auch einfach mal die Botschafterin der Vereinten Nationen, Nikki R. Haley, an, um mit ihr über die humanitäre Hilfe in Syrien zu reden. Dazu veranlasste sie ein wöchentliches Treffen mit Steven Mnuchin, dem Finanzminister. Die 35-Jährige sagte einst bei CBS This Morning, dass sie keine Angst hat,

mit ihrem Vater nicht einer Meinung zu sein. „Mein Vater stimmt mit mir in vielen Fragen überein. Und wo wir uns nicht einig sind, weiß er zumindest, wo ich stehe.“ Sie scheint die maßgebende soziale Stimme im Weißen Haus zu sein und ist gerade deswegen ein großer Bestandteil der Marke Trump. Die wichtige Facette des intelligenten Agierens könnte möglicherweise ihr und nicht dem Vater zugeschrieben werden.

„Hinter jedem erfolgreichen Mann stand eine erfolgreichere Frau“, sagte die kanadische Außenministerin Chrystia Freeland auf der Konferenz in Berlin. Ivanka Trump lächelte bei dieser Aussage, wohl mit dem Wissen, dass Sigmund Freuds Zitat eher so lautete: „Hinter jeder starken Frau versteckt sich ein tyrannischer Vater.“ ①

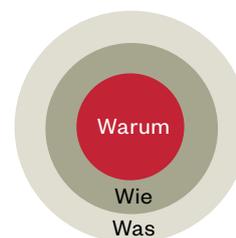
Markenstrategie

Karsten Kilian



Kilians Lexikon: Der Golden Circle

Der Golden Circle von Sinek hat international viel Aufmerksamkeit erhalten. Er lässt uns verstehen, warum wir tun, was wir tun. „Start with why“, so die Empfehlung. Das emotionale „Warum“ im Inneren des goldenen Kreises und das es umgebende emotionale „Wie“ entsprechen dabei dem limbischen System, während der äußere Kreis das rationale „Was“ beinhaltet und den Neokortex repräsentiert.



Ein klares Warum des unternehmerischen Tuns führt Sinek zufolge zu mehr wirtschaftlichem Erfolg. Als Überzeugung, Veranlassung oder Bestimmung inspiriert es zum Handeln. Das Was wiederum macht das Warum begreifbar und das Wie erklärt, weshalb etwas anders und/oder besser ist. Statt Kunden mit immer kostspieligeren Werbeaktionen und Preisnachlässen (wie Praktiker bis zur Insolvenz 2013) kurzfristig zu manipulieren, empfiehlt Sinek, Kunden durch Inspiration langfristig an das eigene Unternehmen zu binden, weil sie die Marke gut finden – und weil sie die Antwort auf das Warum kennen und wertschätzen.

Prof. Dr. Karsten Kilian leitet den Masterstudiengang Marken- und Medienmanagement in Würzburg. Hier erklärt er Ihnen jeden Monat Begriffe aus der Welt der Marken.

