
MANAGEMENT-NEWSLETTER Q4 / 2007

Nur noch knapp 6 Wochen! Das Erfolgsjahr 2007 neigt sich dem Ende zu. Auch klimatisch konnten wir in den letzten Wochen nicht klagen. Der Winter hat sich zumindest schon einmal hellwach und -weiß angekündigt. Vielleicht kommt ja noch mehr schneeweiße Pracht dieses Jahr. Aber bitte nicht auf dem Weg zur Arbeit.

Wir bringen Ihnen auf diesem Wege jedenfalls wieder reichlich Gaben, u.a. erklären wir Ihnen, wie Sie Botschaften am besten gestalten, damit sie haften bleiben. Das und noch vieles mehr finden Sie im aktuellen Management-Newsletter wie folgt zusammengestellt:

1. Marken-Ticker

- >> Bis zu 83.000 Markenmeldungen 2007
- >> Große Markenumfrage (inkl. Gewinnspiel)
- >> Buch-Tipp: Was Marken erfolgreich macht

2. Management-Wissen

- >> Special: Botschaften, die haften bleiben
- >> Link-Tipp: 350 Management-Konzepte
- >> Buchtipp: Neuromarketing (Häusel)

3. SpassArbeit

- >> Ratschläge der Eltern: „Best of“ Teil 2
- >> Kurioses zum Schluss: Un-Enzyklopädie

1. Marken-Ticker

>> 83.000 Markenmeldungen für 2007 erwartet <<

Nachdem bereits 2006 mit 72.321 Markenmeldungen in Deutschland wieder deutlich mehr Marken als 2005 (70.926) angemeldet wurden, und die vier Jahre davor jeweils deutlich weniger als 70.000 Marken neu registriert wurden, scheint 2007 nach 2000 (mit 86.983 Anmeldungen) erstmals wieder eine „Marke“ über 80.000 realistisch. Insgesamt waren Ende 2006 mehr als 1,1 Mio. Marken geschützt, davon fast 750.000 als nationale Marken und ca. 360.000 als EU-Marken.

Quelle: www.dpma.de

>> Umfrage: Eignung 2er Messinstrumente für Menschen & Marken <<

Vor wenigen Tagen ist meine Umfrage zur Eignung zweier Messinstrumente zur Erfassung der Persönlichkeit bekannter Menschen & Marken gestartet. Es würde mich freuen, wenn Sie mitmachen würden: <http://www.meineumfrage.com/kilian07/>

Beachte: Zu gewinnen gibt es 20 Amazon-Gutscheine und 3 iPod nano.

>> Buchtipp: „Was Marken erfolgreich macht“ (absolut lesenswert!) <<



In den letzten 5 Jahren habe ich weit über 100 Markenbücher komplett (!) gelesen. Viele weitere Bücher habe ich nur angelesen und dann schnell wieder weggelegt, da es sich um Me-Too-Bücher handelte: Dasselbe zum 100. Mal. Mit „Was Marken erfolgreich macht“ (Okt. 2007) ist Scheier und Held ein tolles, praxisnahes Buch gelungen, das sich zu lesen lohnt!

Warum? Aufgrund des lockeren Schreibstils, wegen der vielen anschaulichen Abbildungen und dank der hervorragend gewählten Beispiele mit Aha-Effekt!

Meine ausführliche Rezension zum Buch (inkl. 25 Zitaten) finden Sie hier:

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

Für alle, die das Praxisbuch gleich auf Amazon.de bestellen wollen und/oder meine dort aufgeführte Kurzbesprechung von „Was Marken erfolgreich macht“ lesen möchten:

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/344808610X/mlex-21>

>> Special: Produkt-/Markenpiraterie in China <<

Als besonderen Service für unsere Portalbesucher habe ich mehr als 50 Fachartikel, Studien und Statistiken zum Problembereich Produkt- und Markenpiraterie in und aus China zusammengetragen: <http://www.markenlexikon.com/markenschutz.html>

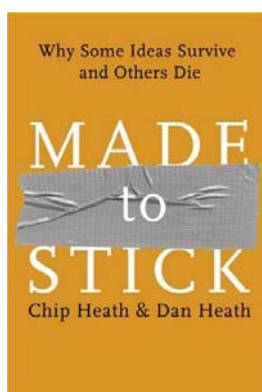
Dazu passt auch gut mein FAZ-Beitrag „Das kommt mir chinesisches vor“ von Ende Oktober über „Westliche Firmen- und Produktnamen in China“:

http://www.markenlexikon.com/texte/faz_kilian_china_namen_231007.pdf

2. Management-Wissen

>> Special: Botschaften, die haften bleiben <<

Wir allen kennen das. Wir haben etwas zu sagen, das wir (!) für wichtig halten. Doch wie schaffen wir es, insbesondere wenn das Gesagte an sich nicht sonderlich spannend ist, dass sich unsere Zuhörer, Leser, Mitarbeiter oder Freunde auch für unsere Botschaft interessieren? Und sie erinnern?



Die beiden Autoren Heath & Heath haben in ihrem Buch „Made to Stick“ (2007) eine einfache, wohl durchdachte SUCCESS-Formel entwickelt, die Ihnen hilft, Mitteilungen so zu verpacken, dass sie in unserem Gedächtnis haften bleiben. Wer die 6 Schritte beachtet, sorgt für einen Gedanken-Ohrwurm, den wir nicht mehr aus dem Sinn bekommen. Für mich eines der besten Bücher des Jahres 2007, weil es ...

- > gut strukturiert ist und viele anschauliche Beispiele liefert,
- > zugleich locker flockig geschrieben und fundiert recherchiert ist,
- > schwache Botschaften nennt und zeigt, wie man sie verbessern kann!

Stickiness (Klebrigkeit) beschreibt, wenn eine wahre oder erfundene Botschaft im Gedächtnis einer Person haften bleibt („it sticks“). Den beiden Autoren zufolge ist immer dann von "stickiness" die Rede, wenn "ideas are understood and remembered, and have a lasting impact - they change your audience's opinions or behavior." (S. 8)

Wie man Meinungen und Verhaltensweisen der Zuhörer bzw. Leser ändert, wird anhand der 6 Stickiness-Prinzipien veranschaulicht:

- (1) Simple: Den kompakten Kern einer Botschaft herausfiltern und ihn wie folgt mitteilen:
- (2) Unexpected: Aufmerksamkeit und bleibendes Interesse wecken (überraschen und neugierig machen)
- (3) Concrete: Beim Verstehen, Erinnern und Koordinieren behilflich sein (sich anschaulich ausdrücken)
- (4) Credible: Helfen, daran zu glauben (durch fremde oder eigene Glaubwürdigkeit und Autorität)
- (5) Emotional: Für Achtsamkeit sorgen, kraftvolle Assoziationen nutzen, das Eigeninteresse (höhere Ebene!) und die eigene Identität der Leser bzw. Zuhörer ansprechen
- (6) Stories: Zum Handeln ermuntern durch s(t)imulierende und/oder inspirierende Geschichten (z.B. Mitteilen wie gehandelt werden sollte oder Motivation zum Handeln bieten)

Eine etwas umfangreichere Beschreibung der 6 SUCCEsS-Prinzipien auf Englisch finden Sie im Ewers-Beitrag „Making It Stick“ auf U.S.News:

<http://www.usnews.com/usnews/biztech/articles/070121/29eestickiness.htm>

Einen 13-seitigen Textauszug aus „Made To Stick“ (2007) als Download finden

Sie hier: http://www.markenlexikon.com/texte/heath_made-to-stick.pdf

(Warnung: Wer das Exzerpt liest, liest auch das ganze Buch!)

Für alle, die sich den Bestseller als Weihnachtsgeschenk gönnen möchten:

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/1400064287/mlex-21>

>> Zitat parat: Gekonnt gesagt. Und getan? <<

„Für das Können gibt es nur einen Beweis, das Tun.“

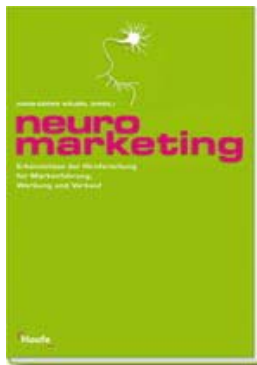
Marie von Ebner-Eschenbach

Österreichische Schriftstellerin (1830-1916)

>> Link-Tipp: 350 Management-Methoden, Modelle & Theorien <<

Mehr als 350 kompakte Erklärungen zu bekannten Konzepten und Modellen für Strategie, Entscheidungsfindung, Organisation, Kommunikation und Führung finden Sie auf www.valuebasedmanagement.net

>> Buchtipp: „Neuromarketing“, hrsg. von H.-G. Häusel <<



„Neuromarketing“ ist in aller Munde. Selbst die Bild-Zeitung schrieb vor einiger Zeit. „Beim Shoppen setzt der Verstand aus“, weil das Gehirn im „Kaufrausch“ sei. So so! Dr. Häusel nähert sich der noch jungen Forschungsdisziplin „Neuromarketing“ (auch „Neuroökonomie“ genannt) wesentlich sachlicher und äußerst fundiert. Für sein Herausgeberwerk hat er 16 der bekanntesten Wissenschaftler und Praktiker auf 227 Textseiten zu Wort kommen lassen.

Besonders gut gefallen hat mir, dass Häusel das Neuromarketing nicht wie die Bildzeitung überschwänglich als die neue "Wunderwaffe des Marketing" preist, sondern einen realistischen Einblick in die Möglichkeiten und Grenzen der Hirnforschung für das Marketing gibt.

Meine ausführliche Rezension von Hans-Georg Häusel's Herausgeberwerk lesen Sie hier: http://www.markenlexikon.com/buch_neuromarketing.html

Wer sich intensiver mit „Neuromarketing“ auseinandersetzen möchte, dem sei der gleichnamige Kongress am 30.01.2008 in München empfohlen: <http://www.nymphenburg.de/neuromarketing/>

Wer sich (oder Freunden) „Neuromarketing“ unter den Weihnachtsbaum legen möchte, der kann das Herausgeberwerk bei Amazon.de hier bestellen: <http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/344808056X/mlx-21>

>> Zitat für Manager: Perfekt parliert und provoziert! <<

„Gute Verhandlungstaktik besteht darin, die Antwort zu provozieren, die man haben will.“

Hans Habe
Österreichischer Publizist und Schriftsteller (1911-1977)

>> Gewusst wie: Online-Anleitungen im Videoformat <<

YouTube bietet Millionen von Videos mit Unterhaltungswert. Was viele nicht wissen: Es gibt dort auch hilfreiche Online-Ratgeber im Videoformat. Noch besser sind allerdings neue Wissensplattformen, die sich darauf spezialisiert haben, komplexe Zusammenhänge in Form kurzer Videos erklären, z.B. wie man eine Gitarre stimmt, wie man sich eine Krawatte bindet, oder was es beim Gebrauchtwagenkauf zu beachten gibt, z.B. www.videojug.com, www.expertvillage.com und www.ehow.com sowie www.5min.com, www.viewdo.com und www.hausgemacht.tv.

>> Testament-Tipp: Schreiben Sie eins! <<

Keiner redet gerne darüber, obwohl wir (und noch mehr unsere Familie und Freunde) alle früher oder später davon betroffen sind: unserem Ableben. Umso überraschender ist es, dass 74% von uns keinen Letzten Willen aufgesetzt haben. Die Folge: Streit unter den Erben und ein lachender Vater Staat, der sich über Mehreinnahmen durch die Erbschaftssteuer aufgrund fehlender Testamente freut.

Deshalb: Als guten Vorsatz für 2008 vornehmen, ein eigenes Testament aufzusetzen. Damit Sie sich später nicht „im Grabe herumdrehen“ und Ihre Hinterbliebenen sich darüber ärgern, der Finanzminister bei der Erbschaftssteuer zulangt!

Weiterführende Informationen zur Testamentserstellung finden Sie hier:

http://www.advocat24.de/user_files/rechtstipps/rechtstipp_testament.pdf

<http://www.lindenundmosel.de/testament-checklist.pdf>

Quelle: www.focus.de sowie eigene Recherchen

>> Das politische Zitat: Kinder, Mensch Kinder! <<

„Kinder werden nicht aus rationalen Gründen geboren, aber es sind rationale Gründe, aus denen sie oft nicht geboren werden.“

Ursula von der Leyen

Bundesfamilienministerin (gezeugt 1957, geboren 1958)

>> Kolumne: „Tote Hose im Fernsehen einmal anders“ <<

Wer dachte, man habe Sendepause, wenn sich das Leben irgendwann zu Ende neigt, der sei eines Besseren belehrt. Ab 2008 möchte EtosTV den Sendebetrieb aufnehmen, das Josef Seitz von Focus „als vorsätzliches Fernsehen zum Heulen“ bezeichnet. Geplant ist der erste bundesweite TV-Kanal mit 24-Stunden-Trauerprogramm.

Wer möchte, kann dort gegen Gebühr seinen Nachruf über den Äther schicken. Interessanterweise bedeutet Äther nicht nur Funkverkehr, sondern bezeichnet auch ein Narkosemittel. Ich vermute einmal letzteres hatten die Herrschaften aus dem Hades-Business eingeatmet, als sie auf die Idee mit dem TV-Nachruf kamen. Immerhin 2.000 EUR netto soll der Spaß kosten, ganz im Ernst! Als Zugabe soll das Video dann ewiglich auf der sterbenslangweiligen Website www.etostv.de abrufbar sein (aktuell sind dort 3 „Demo-Nachrufe“ zu sehen). Aber gut, bei 830.000 Todesfällen pro Jahr und 3.000 Bestattungsunternehmen als Vertriebspartnern scheint alles möglich. Nur, ob die Hinterbliebenen im Trauerfall für so etwas den Kopf frei haben, bezweifle ich. Und zu Lebzeiten wird sich sicherlich kaum einer für EtosTV begeistern lassen. Schließlich haben, wie berichtet, nicht einmal 1/4 aller Bundesbürger ein Testament.

Daneben gibt es bereits eine ganze Reihe todtrauriger Portale, z.B. www.memosite.de, wo man sich gegen eine Spende Nachrufe verfassen lassen kann (inkl. Hinweis „Alles ist möglich!“) oder www.trauer.de, wo u.a. „Prominente Trauerfälle“ angezeigt werden. Eine Art „Best of“ sozusagen. An die Adresse von EtosTV bleibt deshalb nur noch die Frage: Seit Ihr von allen guten Geistern verlassen? Begrabt die Idee. In aller Stille!

3. SpassArbeit

>> Mir ist immer noch schlecht: Gut gemeinte Ratschläge der Eltern! <<

Im Folgenden die nächsten fünf Sprüche meiner persönlichen Top 10 der SWR3 Aktion über „Sprüche aus der eigenen Kindheit, die schon damals tierisch nervten.“

- (6) Während der Pubertät zur eigenen Tochter:
"Wegen Umbau geschlossen!"
- (7) Wenn der Junior mal wieder den Rotz die Nase hochzog:
"Arm sind wir, aber einen Aufzug haben wir!"
- (8) Wenn sich die Tochter zu Wort meldete, während die Eltern redeten:
"Wer spricht denn von Kuchen, dass du Krümel dich meldest?"
- (9) Wenn der Sohn beim Essen zu viel redete:
"Halt endlich den Mund, der Vogel pfeift auch nicht, wenn er frisst!"
- (10) Wenn der Sohn mal wieder vor dem Fernseher stand:
"Ist Dein Vater Glaser oder Vorsteher?"

>> Anders gepolt: Ingenieur-Denke <<

Normale Menschen denken: "Was nicht kaputt ist muss auch nicht repariert werden."
Ingenieure denken: "Was nicht kaputt ist hat noch nicht genug Funktionen."

Eine ganze Reihe weiterer Ingenieur-Witze meines Freundes Philipp Reipschläger finden Sie hier: <http://www.ingenieur-kultur.de/witze.html>

>> Schlagfertigkeit: Kaffee ist Gift! <<

Als Winston Churchill dereinst im britischen Unterhaus von der Sozialistin Bessy Smith attackiert wurde mit den Worten: „Wenn Sie mein Mann wären, würde ich Ihnen Gift in den Kaffee tun“, antwortete Churchill geistesgegenwärtig: „Wenn Sie meine Frau wären, würde ich den Kaffee trinken.“

>> Kurioses zum Schluss: Die etwas andere Enzyklopädie <<

Die Mitmach-Enzyklopädie Wikipedia kennt mittlerweile fast jeder. Noch nicht so bekannt, dafür wesentlich amüsanter, ist „das schwarze Schaf“ unter den Wikis: Uncyclopedia. Dort finden sich drollige Stories und Geschichten. Ich hab' mich jedenfalls schief gelacht. Also, einfach mal reinschauen, wenn ein Schuss „content-freier Satire“ von Nöten ist:

- > auf Deutsch: <http://de.uncyclopedia.org> (über 3.000 Beiträge)
- > auf Englisch: <http://uncyclopedia.org> (über 23.000 Beiträge)

Wer andere auf eine irrwitzige Reise schicken möchte, dem sei noch einer der 3 folgenden Heyne-Reiseführer empfohlen (auch ideal als Wein-Nachts-Geschenk zum täglichen Ablachen):

- > San Sombrero. Karibik, Karneval und Kakerlaken (www.sansombrero.de)
<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3453121163/mlex-21>
- > Molwanien. Land des schadhafte Lächelns (www.molwanien.de)
<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3453811380/mlex-21>
- > Phaic Tan. Land des krampfhaften Lächelns (www.phaic-tan.de)
<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3453120604/mlex-21>

Eine friedvolle Vorweihnachtszeit mit eisfreien Straßen und fröhlichen Weihnachtsfeiern 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