
MANAGEMENT-NEWSLETTER Q4 / 2008

In knapp 2 Wochen ist Weihnachten. Unglaublich, wie die Zeit vergeht, und vor allem, wie schnell eine boomende Weltwirtschaft in den Winterschlaf fallen kann. Zum Glück beginnt in drei Wochen ein neues Jahr. Neues Glück. Alles auf Null. Null-Wachstum? Was soll's. Im Abschwung gilt es Schwung zu nehmen für den nächsten Aufschwung. Der kommt garantiert! Wir brauchen nur etwas Geduld...

Und reichlich Fachwissen, damit wir jetzt die richtigen Hebel in Bewegung setzen können. Im aktuellen Marken-Ticker finden Sie deshalb spannende Buch- und Konferenztipps, im Bereich Management-Wissen die passenden kommunikativen Strategien. Und: Ein bisschen Spaß bei der Arbeit kann auch nicht schaden. Wir haben ja aktuell nicht allzu viel zu lachen. Obwohl, die Bankenwelt ist schon irgendwie larmoyant, lächerlich und lustig zugleich, oder?

1. Marken-Ticker

- >> Buch-Tipp: Die 3 besten Markenbücher 2008
- >> Konferenz: Markengipfel im März 2009
(für Sie als Newsletter-Leser bis 23.12. 100 Euro günstiger!)

2. Management-Wissen

- >> Special: Krisenkommunikation (was sonst!)
- >> Buch-Tipp: Wer bin ich... (Precht-iges Buch!)
- >> Kolumne: Himmelhoch jauchzend, zu Tode betrübt

3. SpassArbeit

- >> Leiden schafft oder „Wer die Wahl hat, hat die Qual“
- >> Kurioses zum Schluss: Echte Handarbeit! Von Hermès?

1. Marken-Ticker

>> BuchTipp: Die 3 besten Markenbücher 2008

Mittlerweile erscheinen pro Jahr 30-40 (vermeintlich) neue Bücher zum Phänomen „Marke“. Die 3 besten Bücher 2008 sind meines Erachtens:

- (1) Errichiello/Zschesche, Markenkraft im Mittelstand
http://www.markenlexikon.com/buch_markenkraft_im_mittelstand.html
- (2) Brandmeyer et al., Marken stark machen
http://www.markenlexikon.com/buch_marken_stark_machen.html
- (3) Munzinger/Musiol, Markenkommunikation
http://www.markenlexikon.com/buch_markenkommunikation.html

Allen 3 Büchern gemeinsam ist, dass Sie sehr gut lesbar sind, auf erfrischende Weise bekannte Ideen mit neuen Gedanken verbinden und nur 170-250 Seiten Umfang haben. Das wird dann auch – ganz realistisch – gelesen! Und darum geht's bei Büchern ja bekanntlich.

Unsere Übersicht mit den besten Zitaten aus den 3 genannten Büchern und mehr als 25 weiteren Markenwerken finden Sie hier:

<http://www.markenlexikon.com/markenaussagen.html>

>> Im März 2009 geht's steil bergauf ... zum (Marken-)Gipfel <<

Im März 2009 geht's hoch hinaus, genauer gesagt am 10.3. in Zürich und am 31.3. in München! Der Weltklasse-Bergsteiger Ueli Steck und die anerkannte Markenexpertin Dr. Christine Wichert führen durch die 1. Pionier-Konferenz der Markenführung.

Am Besten, Sie packen gleich Ihren Rucksack und melden sich bis 23.12. an. Mit dem Code MALEX 895 sparen Sie bis Weihnachten 100 Euro Expeditionsgebühr. Zum Aufstieg geht's hier: <http://www.marke-am-gipfel.com>

>> Markenzitat: Leuchtende Marken im Nebel <<

"Marken sind Leuchttürme, die müssen gerade bei Nebel brennen."
Holger Jung (Jung von Matt)

333 weitere Markenzitate bekannter Markenexperten finden Sie hier:

<http://www.markenlexikon.com/markenzitate.html>

>> Heilig's Blechle: Kultmarkenbuch „Marke unser“ <<

Seit dem Verkaufsstart von „Marke unser“ im September ist bereits 1/4 der auf 1.000 Exemplare limitierten Auflage meines Kultmarkenbuches via Götterbote Hermes ausgeliefert worden. MarkenBlog über mein Büchlein: „Marke unser sollte unter keinem 'markenaffinen' Weihnachtsbaum fehlen." Also, gleich bestellen, damit ich in meinem Büro wieder mehr Platz habe und Sie sich über die Weihnachtsfeiertage beim Schmökern der Erfolgsgeschichten von Apple, Harley-Davidson, Mini & Co. amüsieren können. Erleuchtung gibt's auf <http://www.markeunser.de>

2. Management-Wissen

>> Special: Krisenkommunikation <<

In jedem Grundlagenbuch zur Kommunikation steht, wie Unternehmen in Krisenzeiten kommunizieren sollten. Zu schade nur, dass sich offensichtlich kaum ein Banker an folgende Schritte zu erinnern scheint:

1. Informationen sofort und ohne Verzögerung weitergeben.
2. Den Informationsstrom nicht abbrechen lassen.
3. In Krisenzeiten übernimmt der Chef persönlich die Kommunikation.
4. Nur einer spricht - eine Botschaft - keine Widersprüche.
5. Den Dialog suchen, Fragen beantworten, nicht ausweichen.
6. Emotional sein. Betroffen sein. Botschaften personalisieren.
7. Die Wahrheit sagen. Keine Spielereien oder Tricks, sondern Fakten.
8. Klar und deutlich kommunizieren, was das Unternehmen aktuell unternimmt, um die kritische Situation schnellstmöglich zu lösen.
9. Aufzeigen, was getan wird damit so etwas nie mehr passieren kann.
10. Alle Aktivitäten darauf ausrichten, Vertrauen wieder herzustellen.

Dazu passt auch gut der frühere Claim der Deutschen Bank:
„Vertrauen ist der Anfang von allem.“

Richtig gesagt, falsch gehandelt! Denn: Was machen die großen Banken aktuell? Gute Frage. Mein Fazit: Es gibt noch viel zu tun. Wie's geht, lesen alle, die sich auf eine mögliche Krise optimal vorbereiten möchten, hier:

<http://www.rhetorik.ch/Krisenkommunikation/Krisenkommunikation.html>

<http://www.krisennavigator.de/Krisenkommunikation.21.0.html>

Den Leitfaden „Krisenkommunikation“ des Bundesministeriums des Inneren vom Juni 2008 finden Sie hier:

http://www.bmi.bund.de/Internet/Content/Common/Anlagen/Broschueren/2008/Krisenkommunikation_templateId=raw_property=publicationFile.pdf/Krisenkommunikation.pdf

Einen Grundlagentext zur Krisenkommunikation von 1994 finden Sie hier:

http://www.fz-juelich.de/inb/inb-mut/publikationen/hefte/heft_41.pdf

>> Zitat parat: Noch Fragen? <<

*„Wenn Du eine weise Antwort verlangst,
musst Du vernünftig fragen.“*

Johann Wolfgang von Goethe
Deutscher Dichter und Dramatiker (1749-1832)

>> Begriff(en): Pop-up-Stores <<

Waren Sie schon mal in einem Kurzzeitladen? Nein? Dann wird es Zeit, denn in paar Wochen ist er garantiert schon wieder zu. Bei Pop-up-Stores handelt es sich nämlich um Markenläden, die überraschend und meist unangekündigt "über Nacht" aufmachen und nach wenigen Wochen bzw. Monaten wieder schließen. Mehr dazu erfahren Sie hier: http://www.markenlexikon.com/glossar_k.html#Kurzzeitladen

>> Buch-Tipp: Wer bin ich... von Richard David Precht <<

Ab und zu sollte man schon mal über Gott und die Welt nachdenken, zum Beispiel an Weihnachten. Da kommt der aktuelle Bestseller „Wer bin ich und wenn ja, wie viele?“ von Richard David Precht gerade recht. Nachdem ich in den letzten Jahren bereits mehr als 20 mehr oder weniger trockene Bücher über Philosophie gelesen hatte, haben mich mehrere Rezensionen und der ungebrochene Verkaufserfolg dieses 377-Textseiten-Werkes neugierig gemacht.

Auch ist es das erste Mal, dass ich ein Buch bespreche, ohne es bereits zu Ende gelesen zu haben. Nach zwei Abenden bin ich aber bereits auf Seite 264 ... und absolut begeistert! Dieses Buch ist echt fabelhaft ... und voller kleiner Fabeln, Analogien und Bilder, zum Beispiel diesem: *„Über uns selbst und die Welt nachzudenken, bedeutet ... mit einem Dreirad durch die Sahara zu fahren. Es geht, aber es geht doch recht mühselig.“* (S. 120)

Alles andere als mühselig stellt sich die „philosophische Reise“ in diesem Buch dar! Es liest sich locker, leicht und enthält wahnsinnig viel Wissen, das weit über die Philosophie hinausreicht. Es spannt den Bogen von Kant zu Damasio und vom Australopithecus afarensis (der Biologieunterricht 9. Klasse lässt grüßen) zu „Lucy in the Sky with Diamonds“ von den Beatles. Neugierig? Ich auch, auf die restlichen 113 Seiten heute Abend! Mein Fazit schon jetzt: Precht-iges Buch!

Für 14,95 Euro ist das Taschenbuch garantiert „eine philosophische Reise“ wert:
<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3442311438/mlex-21>

>> Das politische Zitat: Yes we can (too)! <<

„Die Amerikaner glauben an die Rettung der Welt durch Autosuggestion, die Deutschen durch Pfandflaschen. (...) Träume erst ermöglichen große Taten. Autosuggestion wirkt wirkungsmächtiger als kleine Taten. Hoffentlich.“

Roland Tichy
Chefredakteur der WirtschaftsWoche (geb. 1955)

>> Kurzesessay-Tipp: Dekoratives Geschlecht <<

Das gleichnamige Essay von Focus-Autor Michael Klonovsky ist ein wahrer Lese-genuss. Entgegen dem etwas chauvinistisch anmutenden Titel stellt es Frauen dorthin, wo sie hingehören: Auf ein Podest. Bei ihm klingt das dann so: *„Ohne Frauen gäbe es keine Schönheit auf diesem Planeten, zum einen weil die ihre fehlte, zum anderen, weil Männer dann keine produzierten. (...) Wenn es ihnen nicht um die Frauen ginge, würden Männer überhaupt nichts tun. Nicht mal ihre Autos frisieren – und ihre Köpfe schon gar nicht.“*

Aber lesen Sie selbst (und beschenken Sie Ihre Partnerin bzw. liebe Frauen, freuen Sie sich auf ein tolles Weihnachtsgeschenk):

http://www.focus.de/kultur/leben/maenner-herz-dekoratives-geschlecht_aid_339965.html

>> Kolumne: Himmelhoch jauchzend, zu Tode betrübt <<

Die letzten Worte zur aktuellen Krise sind noch nicht gesprochen. Nun ja, bei Lehman Brothers schon. Der Claim *„Where vision gets built“* hat sich erledigt. Altkanzler Helmut Schmidt ahnte es wohl schon vor Jahren, als er sagte: *„Wer Visionen hat, sollte zum Arzt gehen.“* Jetzt sind sie halt zu den Politikern geeilt, und tun es noch immer. Heile, heile Segen. Keiner kann Versprechungen schöner formulieren! Schließlich ist 2009 ja wieder Wahl. Welch Qual!

Wäre das nicht schon schlimm genug, so erreichen uns jede Woche neue Hiobsbotschaften, ganz unbiblisch versteht sich. Verstehen tut sie so recht keiner. Nicht einmal die Verursacher, die ihre Hände in Unschuld baden bzw. zur Zeit „leider nicht erreichbar“ sind. Oder: Wann haben Sie Ackermann & Co. das letzte Mal in einer Talkshow gesehen?

Fakt ist, dass die Feuilletons – in Internetzeiten selbst ein Auslaufmodell – den Kapitalismus vor wenigen Wochen komplett in Frage gestellt haben. Kurz darauf war unser Wirtschaftsmodell im Prinzip schon erledigt und wenig später wurden die realwirtschaftlichen Auswirkungen der Krise so schnell vorweggenommen, dass spätestens Anfang 2009 mit dem Wiederaufbau begonnen werden kann.

Schön bemerkenswert, wie schnell sich 6,5 Milliarden Menschen aus dem Konzept bringen lassen. Noch hat kaum einer in Europa seinen Job verloren, die Weihnachtsgelder sind geflossen wie 2007 auch, nur ausgeben will sein Geld aktuell keiner. Es kommen ja harte Zeiten auf uns zu, sagt man. Da würde es nicht einmal etwas bringen, wenn Opel sein Flaggschiff, den Insignia, für 50 Euro anbieten würde. Wer will in heutigen Zeiten noch ein Flaggschiff? Aber vielleicht ist es ja auch ein Vorzeichen für bessere Zeiten. Schließlich ist Insignia abgeleitet von „Insigne“, dem Zeichen staatlicher Macht und Würde. Also abwarten! Vielleicht bekommt ja 2009 jeder Deutsche über 18 statt eines Einkaufsgutscheins einen Opel geschenkt. Mit den gesparten 50 Euro können Sie dann den Tank bei den aktuellen Schnäppchenpreisen schon mal halbvoll machen. Halbvoll. So sehe ich das.

>> Lektion gelernt: Denkfehler? Qualifikationsfehler! <<

Eines Tages beging ein Mitarbeiter von IBM-Gründer Tom Watson einen folgenschweren Fehler beging, der dem Unternehmen 600.000 Dollar kostete. Daraufhin wurde Watson gefragt, ob er nicht gedenke, den Mitarbeiter zu feuern, was dieser vehement verneinte. Er sagt nur: „Ich habe gerade 600.000 Dollar in seine Ausbildung investiert. Warum sollte jemand anderes diese Erfahrung gratis bekommen?“

3. Spass-Arbeit

>> Da sollte man echt mal drüber nachdenken (Teil 2 von 5) <<

Ist ein freier Platz zwischen zwei Ständen auf dem Weihnachtsmarkt eigentlich eine Marktlücke?

Wenn die Stiftung Warentest Vibratoren testet, ist dann „befriedigend“ besser als „gut“?

Kommt „der kleine Mann“ nach einer Steuererhöhung eigentlich noch an sein Lenkrad?

Wenn ein Schäfer seine Schafe verhaut, ist er dann ein Mähdrescher?

Warum gibt es kein anderes Wort für Synonym?

>> Leiden schafft oder „Wer die Wahl hat, hat die Qual“ <<

Neulich erklärte mir die Gattin eines Sportwagensammlers, dass ihr Mann sie nie verlassen würde. „Warum denn?“ fragte ich überrascht. „Weil er sich niemals entscheiden könnte, welches seiner Autos er dafür nehmen sollte.“

>> Die „Big Three“ sind fast hie. Warum nur? <<

Was der Niedergang der „Big Three“ (GM, Ford und Chrysler) – oder sollte ich besser „Thick Three“ sagen? – mit einer „Baked Potato“ zu tun hat, erklärt geschmackvoll Harald Kaiser in seiner Spott-Geschichte:

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

>> Kurioses zum Schluss: Echte Handarbeit! Von Hermès? <<

Tja, die Zeiten sind schlecht, dachte sich auch das Pariser Luxuslabel Hermès. Seit kurzem können sich deshalb für börsengeschädigte Investmentbanker und Normalos wie mich, die selbst bei einer Aktien-Hausse kein Geld für Luxushandtaschen übrig haben, kostenlos das Schnittmuster der sündhaft teuren Kelly-Bag (Kleinwagen-Preiskategorie) in 8 verschiedenen Designs herunterladen, Ausdrucken und ihre eigene Papier-Kelly-Bag Basteln. Bekanntlich gilt ja Selbstgebasteltes als höchster Ausdruck von Zuneigung. Ob meine Frau das auch so sieht?

Wie Sie die Papier-Kelly-Bag-Schnittmuster auf www.hermes.com finden, erklärt Ihnen folgende Website: <http://www.lafashionistas.de/?p=81>

Ein Beispielschnittmuster (für Übereifrige) gibt's hier:

http://lesailles.hermes.com/datas/modules/DE/135_1227001866913/shared/pdf/kelly_gr_egoire_c.pdf

Frohes Basteln! Enden möchte ich den Newsletter und das Jahr 2008 mit einem Zitat von Oliver Leisse von EarsandEyes:

„Keine Frage, alles wird anders. Vorbei der Konsumrausch. Vorbei die Einkaufsorgien kurz vor Weihnachten. Wir werden konsumieren mit Köpfchen und Bauch – leistungsfähige Produkte, die verführen, funkeln und mit Feenstaub überzogen sind. Das wir eine spannende Zeit, eine leise Weihnacht.“

In diesem Sinne: Machen Sie's gut. Und: Marry Chris Maas.
Ihr Karsten Kilian

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

© 2008 Karsten Kilian - Irrtümer (und Unsinn) vorbehalten. Für Fehler wird - wie in der Bankenwelt auch - nicht gehaftet.

Kontakt: Tel.: +49-9343 / 50 90-31
 Fax: +49-9343 / 50 90-32
 Mail: info@markenlexikon.com
 Internet: www.markenlexikon.com