

Krisenzeiten sind keine guten Zeiten für Unternehmen – oder doch? Gerade in schwierigen Zeiten zeigt sich, wer zu seinem Wort steht und hält, was seine Marke verspricht. Denn eines ist klar: Die Kunden suchen aktuell vor allem eins: Sicherheit! Und wer könnte das besser bieten als starke Marken?

Zudem gilt, wie Hermann Simon in seinem neuen Buch sinngemäß schreibt: *Märkte werden in Krisen neu verteilt, nicht in guten Zeiten!* Damit die Umverteilung ganz in Ihrem Sinne von statten geht, haben wir wieder neustes Marken- und Management-Wissen für Sie zusammengestellt. Und ein bisschen Spaß bei der Arbeit darf auch an mauen Tagen nicht fehlen. Lachen macht wohlhabend – sagt zumindest Michael Mittermeier. Na dann!

1. Marken-Ticker

- >> Brandaktuelle Markenumfrage (inkl. Gewinnspiel)
- >> „Markentour Berlin“ und „Markengemeinschaften“
- >> Konferenz „Marke am Gipfel“ 100 Euro günstiger

2. Management-Wissen

- >> Wissen: Sofortmaßnahmen gegen die Krise
- >> Buch-Tipp: 33 Sofortmaßnahmen (Hermann Simon)
- >> Kolumne: Verordnete Abwesenheit, der Umwelt zuliebe

3. SpassArbeit

- >> Witzig: „Bissige Safari-Weisheit“ und „Kunde an der Angel“
- >> Kurioses zum Schluss: Sie haben kein Problem?

1. Marken-Ticker

>> Brandneue Umfrage: Persönlichkeit bekannter Marken <<

Vor wenigen Tagen ist meine neuste Umfrage zur Persönlichkeit bekannter Marken gestartet. Es würde mich freuen, wenn Sie sich 5 bis 6 Minuten Zeit nehmen und mitmachen würden: <http://www.meineumfrage.com/karstenkilian2009>

Zu gewinnen gibt es 6 iPod und 20 Amazon-Gutscheine im Gesamtwert von 1.300 Euro. Mitmachen lohnt sich also. (Und mir hilft es auch – deshalb schon mal an dieser Stelle vielen Dank!)

>> Markentour Berlin <<

Lernen Sie, wenn Sie das nächste Mal in Berlin sind, bekannte Marken und ihre besonderen Präsentationen hautnah kennen, u.a. „No 74“ (adidas), „4010“ (Telekom) und „Die Deutsche Bank der Zukunft“. Exklusiv für Sie haben wir eine kurzweilige Markenentdeckungsreise zusammengestellt. Sehen Sie mit eigenen Augen und erleben Sie mit allen Sinnen, wie andere Unternehmen ihre Marke inszenieren und lassen Sie sich für Ihre eigene Markenarbeit inspirieren. Die Markentour Berlin als Download finden Sie hier: http://www.markenlexikon.com/texte/markentour_berlin.pdf

>> Markenzitat: Marken sind anders <<

"Gute Marken können alles sein - nur nicht "so wie"."
Bernd M. Samland

333 weitere Markenzitate bekannter Markenexperten finden Sie hier:
<http://www.markenlexikon.com/markenzitate.html>

>> Markengemeinschaften, aber richtig! <<

Vor kurzem ist in der Harvard Business Review ein lesenswerter Beitrag über Markengemeinschaften erschienen. Darin unterziehen die Bostoner Professorin Susan Fournier und die langjährige Harley-Davidson Managerin Lara Lee 7 Mythen über Markengemeinschaften einem Realitäts-Check. Die beiden Autorinnen machen deutlich, was echte Brand Communities ausmacht und was nicht. Sie empfehlen unter anderem, Konflikte willkommen zu heißen, dem Drang zur Kontrolle zu widerstehen, keinen Gedanken an Meinungsführer zu verschwenden und die eigene Marke konsequent in Schuss zu halten. Unsere Kurzzusammenfassung von "Getting Brand Communities Right" lesen Sie hier:

<http://www.markenlexikon.com/texte/markengemeinschaften.pdf>

>> Marke am Gipfel: 1. Pionierkonferenz der Markenführung <<

Markenführung und Bergsteigen, diese ungewöhnliche, und zugleich faszinierende Verbindung geht zurück auf eine Idee von Dr. Christine Wichert. Ich selbst hatte bereits im März 2009 das Vergnügen, die „1. Pionierkonferenz der Markenführung“ in München zu moderieren und war begeistert – vom Aufbau der Veranstaltung, Dr. Wicherts Analogien und Ueli Stecks unter die Haut gehenden Anekdoten über's Bergsteigen. Der Mann ist ein Wahnsinn, ein bisschen wahnsinnig ist er auch. Und der weltbeste Bergsteiger!

Aufgrund der großartigen Resonanz haben sich die beiden vor kurzem dazu entschlossen, am 30. November in Frankfurt eine 3. Auflage von „Marke am Gipfel“ mit neuen Fallstudien zu präsentieren. Was Sie erwartet sind beeindruckende Etappenbeschreibungen von Ueli und interessante Parallelen in der Markenführung von Christine.

Sollten Sie die beiden Termine in Zürich und München verpasst haben, dann packen Sie jetzt Ihren „Rucksack“ und schließen sich der Frankfurter Seilschaft an. Bis 31. Juli gibt es die Tickets für alle Newsletter-Leser 100 Euro günstiger. Einfach bei der Anmeldung Code MALEX angeben: <http://www.marke-am-gipfel.de>

2. Management-Wissen

>> Sofortmaßnahmen in der Krise <<

Was tun, wenn der Absatz einbricht? Neue Produkte entwickeln, neue Märkte erschließen, diversifizieren, vertikal integrieren oder besser gleich ein radikal neues Geschäftsmodell konzipieren? Vergessen Sie's!

Was Sie jetzt brauchen sind Maßnahmen, die sich schnell umsetzen lassen und sofort wirken! Was nützt eine Innovation, die 2011 marktreif ist, wenn Ihr Unternehmen Ende 2009 vor der Insolvenz steht? Was Sie stattdessen tun können, lesen Sie kompakt im Folgenden bzw. ausführlich in „33 Sofortmaßnahmen gegen die Krise“, dem neusten Buch von Hermann Simon. Unsere Buchbesprechung finden Sie gleich im Anschluss. Aber zunächst das Wichtigste kompakt.

Unsere Top 10:

- (1) Erledigen Sie extern vergebene Aufgaben wieder selbst.
- (2) Kürzen Sie Budgets gezielt, nicht mit dem „Rasenmäher“.
- (3) Bieten Sie nutzungs- bzw. erfolgsabhängige Bezahlung an.
- (4) Werben Sie Kunden von schwächeren Konkurrenten ab.
- (5) Setzen Sie mehr (interne) Leute im Vertrieb ein als bisher.
- (6) Erhöhen Sie die Kernvertriebszeit durch Vertriebsassistenten.
- (7) Verstärken Sie Ihr Sortiment und betreiben Sie mehr Cross-Selling.
- (8) Verteidigen Sie Ihre Preise und geben Sie Natural- statt Preisrabatte.
- (9) Reichern Sie Ihr Serviceangebot an und seien Sie hier innovativ.
- (10) Reduzieren Sie Ihre Preise, indem Sie bisherige Inklusivleistungen nicht mehr im Gesamtpaket mit anbieten, sondern optional und bepreist.

Unsere Zusammenfassung von Hermann Simon's
33 Sofortmaßnahmen als Download finden Sie hier:

http://www.markenlexikon.com/texte/buchtipp_kilian_33_sofortmassnahmen.pdf

>> Buch-Tipp: „33 Sofortmaßnahmen gegen die Krise“ <<

Der Mitte Mai erschienene 204-seitige Praxisratgeber von Prof. Dr. Hermann Simon ist die passgenaue Antwort auf die aktuelle Wirtschaftskrise, die viele Unternehmen und Unternehmer schmerzhaft vermisst haben dürften: Ein kompaktes Buch das ganz pragmatisch 33 Sofortmaßnahmen zur Bewältigung der Krise nennt und anschaulich erläutert. Nicht alle Maßnahmen sind für jedes Unternehmen geeignet, aber selbst wenn Sie nur ein oder zwei Maßnahmen bei sich zur Anwendung bringen können, ist schon viel gewonnen!

Ganz zum Schluss schreibt Simon: *"Das beherzte Ergreifen und Umsetzen der 33 Sofortmaßnahmen wird die Krise nicht aus der Welt schaffen, aber den Schaden in Grenzen halten. Und genau das kann den Unterschied zwischen Sein und Nichtsein eines Unternehmens ausmachen."* Recht hat er. Dieses Buch hilft dabei. Definitiv!

Das Buch als Sofortmaßnahme gleich bei Amazon bestellen können Sie hier: <http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3800635143/mlx-21>

Unser Exklusiv-Interview mit Hermann Simon lesen Sie hier:
http://www.markenlexikon.com/news_2009_3.html#Simon

>> Apropos Krise: Was Heinz Erhardt dazu sagen würde <<

„Pessimisten sind Leute, die mit der Sonnenbrille in die Zukunft schauen.“

Heinz Erhardt
Deutscher Komiker (1909-1979)

>> Link-Tipp: Wörterbuch für Media- und Werbefachbegriffe <<

Vor kurzem hat der Gesamtverband der Kommunikationsagenturen (GWA) ein 4-sprachiges Wörterbuch mit über 1.200 Fachbegriffen aus den Bereichen „Medien“ und „Werbung“ online gestellt. So erfährt man z.B., dass „Kaufkraft“ im Englischen „buying power“ heißt, im Französischen „pouvoir d'achat“ und im Spanischen „energía de la compra“. Apropos Kaufkraft. Die Nutzung des „Media Dictionary“ ist natürlich kostenfrei: <http://www.gwa.de/themen-wissen/mediadictionary>

Eine Übersicht mit weiteren Wörterbüchern und Lexika finden Sie hier: <http://www.markenlexikon.com/glossarsammlung.html>

>> Gedanke parat: Die Idee mit dem Apfel <<

„Wenn Du einen Apfel hast, und ich habe einen Apfel, und wir tauschen die Äpfel, besitzen wir immer noch jeder einen Apfel. Aber wenn Du eine Idee hast, und ich habe eine Idee, und wir tauschen die Ideen aus, dann hat jeder von uns zwei Ideen.“

George Bernard Shaw
Irischer Schriftsteller und Dramatiker (1856-1950)

>> Kolumne: Verordnete Abwesenheit, der Umwelt zuliebe <<

Was machen Politiker, wenn Sie nicht gerade damit beschäftigt sind, die Welt zu retten? Genau: Gesetze ... was meist nichts Gutes verheißt, oder schreiben eine Novelle ... über den Umgang mit unterschiedlichen Formen der (nicht nur geistigen) Abwesenheit zum Beispiel.

So auch Michael Schroeren, Pressesprecher im Bundesumweltministerium und damit einer der eigentlich wissen müsste, wie man seine Umwelt sauber und rein hält. „Mit PR-Woll gewaschen“ sozusagen.

Der ein oder andere mag jetzt anfügen, dass der Herr nicht ganz sauber sei, aber dem ist nicht so, hat er doch in seiner Novelle der Abwesenheitsdurchführungsverordnung (1. AbDurchV) einfach nur verschiedene Formen der Abwesenheit einmal sauber definiert. Als da wären

- (1) Einfache Abwesenheit = Nichterscheinen am Arbeitsplatz
- (2) Digitale Abwesenheit = Ignorieren bzw. Nichtbeantworten von E-Mails
- (3) Geistesabwesenheit = Generelle Teilnahmslosigkeit am Geschehen
- (4) Verschärfte Abwesenheit: Kombination von (1) bis (3)

Immerhin, das Ganze ist nicht ganz ernst gemeint, wengleich es so scheint als wäre dem Umweltministerium in Zeiten der Krise die Arbeit ausgegangen ...oder die gute Luft. Wer weiß das schon. Möglicherweise löst sich das Ministerium nach der nächsten Bundestagswahl auch selbst in Luft auf und wird in Abwesenheit des Bundesumweltministers außer Saft und Kraft gesetzt (wie derzeit unsere Wirtschaft).

Fest steht, dass die 1. AbDurchV, die selbst bereits schon vor ein paar Wochen wieder außer Kraft getreten ist, auch wirklich wichtige Aspekte unseres Zusammenlebens bzw. die Abwesenheit davon behandelt. So z.B. Artikel 6:

„Abwesenheitswidrig handelt, wer trotz eingeschalteter Abwesenheitsnotiz seine Mails liest oder beantwortet.“

Da bleibt uns doch glatt die Stimme weg und wir sind sprachlos. Naja, bis zum 27. September wird sie schon wieder zurückkommen, die Stimme. Und bis dahin sind wir auch alle wieder aus dem Sommerurlaub zurück ... und beantworten – ganz geistesgegenwärtig – Berge voller E-Mails.

3. SpassArbeit

>> Da sollte man echt mal drüber nachdenken (Teil 4 von 5) <<

Was machen Pkw-Fahrer mit Automatikgetriebe in einem Schaltjahr?

Können Stammgäste überhaupt auf einen grünen Zweig kommen?

Wenn ich am Strand eine schöne Frau anspreche - die das aber gar nicht nett findet - kriege ich dann einen Strandkorb?

Aus welchem Material ist eine Holz-Eisenbahn?

Dürfen Zwerge auf dem Riesenrad mitfahren?

>> Bissige Safari-Weisheit: Am Besten (mit) Senioren verreisen <<

Eine alte Safari-Weisheit besagt, dass man, wenn man vor einem Löwen wegläuft, nicht schneller sein muss als der Löwe! Es reicht, schneller zu sein, als die anderen Touristen.

>> Na also, es geht doch! (Oder: Wenn der Kunde anbeißt.) <<

Ein junger Mann bewirbt sich bei einem großen deutschen Kaufhaus (schon ein Witz an sich) für einen Job als Verkäufer. Der Manager: "Haben Sie schon Erfahrungen als Verkäufer?" Der junge Mann: "Klar, wo ich herkomme, war ich immer der Top-Verkäufer!" Der Manager findet den selbstbewussten jungen Mann sympathisch und stellt ihn ein. Am ersten Arbeitstag, kurz nach Ladenschluss, kommt der Manager zu ihm und fragt: "Wie viele Kunden habe Sie denn an Ihrem ersten Tag bedient?" Der junge Mann: "Einen."

Manager: "Was, nur einen? Unsere Verkäufer machen im Schnitt 20-30 Verkäufe pro Tag! Wie hoch war denn die Verkaufssumme?" Der junge Mann: "310.226 Euro und 69 Cent." Manager: "310.226 Euro und 69 Cent?! - Was haben Sie denn verkauft?" Junger Mann: "Zuerst habe ich dem Mann einen kleinen Angelhaken verkauft, dann einen mittleren Angelhaken, wenig später einen großen und schließlich verkaufte ich ihm noch eine neue Angelrute. Dann fragte ich ihn, wo er denn eigentlich zum Angeln hinwollte? „Hoch an die Küste!“ Also sagte ich ihm, er würde ein Boot brauchen. Wir gingen also in die Bootsabteilung, und ich verkaufte ihm eine zweimotorige Motoryacht. Er bezweifelte, dass sein Honda Civic das Boot würde ziehen können, also ging ich mit ihm in die Autoabteilung und verkaufte ihm einen Land Rover mit Allradantrieb und 396 PS."

Manager: "Sie wollen damit sagen, ein Mann kam zu ihnen, um einen Angelhaken zu kaufen, und Sie haben ihm gleich mehrere Haken, eine neue Angelrute, ein Boot und einen Geländewagen verkauft?" Junger Mann: "Nein, nein, er kam zu mir und wollte eine Packung Tampons für seine Frau kaufen. Also sagte ich zu ihm, dass er, da sein Wochenende sowieso schon gelaufen sei, genauso gut Angeln gehen könne."

>> Kurioses zum Schluss: Mir geht's gut, holt mich hier raus! <<

Ihrer Firma geht's gut, ihre Familie liebt Sie, Ihr Bankberater auch und der nächste Urlaub ist ebenfalls schon gebucht? Zu dumm. Dann haben Sie ja gar kein Problem! Macht nichts. Auch hierfür gibt es Dienstleister, die dieses (fehlende) Problem lösen können. Wäre ja noch schöner!

Besuchen Sie einfach mal „need a problem“. Für 1 Euro können Sie dort ein „triviales“ Problem kaufen. Wer's richtig schwer haben möchte, bekommt für 5000 Euro (!) auch ein richtig dickes Problem aufgebremst. (An Freunde verschenken geht natürlich auch. Man hilft ja, wo man kann.)

Vorab gratis ein kleines Problemchen von uns als Kostprobe.
Der folgende Weblink zum Anbieter stimmt nämlich nicht ganz: <http://www.braucheinproblem.com>

Geistige Beweglichkeit in allen Lebenslagen und vor allem
in der aktuellen Phase des (scheinbaren) Stillstandes
wünscht Ihnen Karsten Kilian

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

Irrtümer (und Unsinn) vorbehalten. Für Fehler wird
(wie in der Bankenwelt auch) nicht gehaftet.
© 2009 Karsten Kilian

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