



ARND ZSCHIESCHE / OLIVER ERRICHELLO

Marke statt Meinung

Die Gesetze der Markenführung in 50 Antworten

264 Seiten, gebunden

ISBN 978-3-86936-866-5

€ 25,00 (D) | € 25,80 (A)

GABAL Verlag, Offenbach 2018

Gewohnheit macht Marke

Wir essen sie, tragen sie, surfen mit ihnen und fahren mit ihnen zur Arbeit, 24/7, das ganze Jahr. Zum Frühstück gehört Nutella, zeitgleich werden 30 WhatsApp übers Samsung Galaxy versendet, zwei E-Mails am MacBook beantwortet und die Brille? Fielmann. Die Rede ist von Marken. Jeder kennt sie, jeder nutzt sie und jeder hat eine Meinung dazu. „Es gibt keine besseren Chips als Pringles“, ist ebenso eine Haltung wie: „Marken? Brauche ich nicht!“ In **Marke statt Meinung** räumen Arnd Zschiesche und Oliver Errichiello mit dem weitverbreiteten Problem auf, dass es bei Marken zu viel Meinung und zu wenig Fakten gibt. Mit 50 Antworten stellen die Markengurus unser vermeintliches (Halb-)Wissen auf den Kopf.

„Markenbindung entsteht durch Emotion“ – falsch! Es ist eine Gewohnheit, wenn wir im Supermarkt Tempos statt Taschentücher kaufen oder für Coca-Cola gern das Doppelte zahlen. Erst wenn eine Markenbotschaft immer wieder eingetrichtert wurde, kann sie hängenbleiben. Und dem „Digitalgewitter“ unserer Zeit zum Trotz gehört noch immer ein langfristiger Leistungsnachweis dazu – auch 2018 wird niemand über Nacht zum Star. Marken wie Nespresso, Red Bull oder Apple haben es vorgemacht: Bevor der große Durchbruch kam, fristeten sie ein Schattendasein nahe des Markentods.

„Herkunft spielt in der Globalisierung keine Rolle“ – auch falsch! Je globalisierter und digitalisierter, umso wichtiger die Herkunft: Jeder denkt bei Mon-Chéri-Pralinen an Kirschen aus Piemont und ist gerne bereit, für Skyr aus Island etwas mehr auf den Tisch zu legen. Niemand vertraut einer Marke, wenn ihre Herkunft ungeklärt ist. Auch oder gerade in digitalen Zeiten halten wir sie dann für dubios. Was als Problem gesehen werden kann, ist in Wirklichkeit sogar *das* Ass im Ärmel der langfristigen Markenführung: Für Schweizer Banken, französische Rotweine und Messer aus Solingen ist ihre Herkunft ein Marketing-Boost, der einfach auf der Straße liegt – bereit zum Einsammeln!

„Sind die heutigen Markengesetze wegen der Digitalisierung bald *out*?“ Mal überlegen... falsch! Marke bleibt Marke. Auch in Zeiten des Megabuzzwords mit D. Denn die Markenführung ändert sich nicht mit der Industrie 4.0. Solange „normale“ Menschen Kaufentscheidungen treffen, ist einzig und allein das positive Vorurteil über die Marke relevant.

Mit **Marke statt Meinung** richten sich Arnd Zschiesche und Oliver Errichiello ausdrücklich sowohl an Menschen, die sich beruflich mit Marken auseinandersetzen als auch an jene, die sich privat für das Thema interessieren und den Blick „hinter die Kulissen“ werfen wollen. Dank des außergewöhnlichen Frage-systems, das bereits zu Beginn der Kapitel die Antwort liefert, findet man direkt die individuell interessanten Abschnitte und kann sich schnell das passende Stichwort holen – sei es für das anstehende Meeting oder die nächste Debatte über das Für und Wider von Marken.

Dr. Arnd Zschiesche und **Dr. Oliver Errichiello** sind *die* Experten für wertschöpfungsstarke Markenpositionierung und Markenführung im deutschsprachigen Raum. Seit 2010 sind sie Lehrbeauftragte für Markenmanagement an der Hochschule Luzern Wirtschaft sowie Dozenten an der Universität Hamburg. Zu ihren Kunden zählen renommierte Unternehmen, vom kleinen Mittelständler bis zum internationalen Großkonzern.