



ARND ZSCHIESCHE / OLIVER ERRICHIELLO

MARKE OHNE MYTHOS

Das erste ehrliche Markenbuch oder warum so viele Menschen einen MINI brauchen

256 Seiten, gebunden

ISBN: 978-3-86936-476-6

€ 29,90 (D) | € 30,80 (A)

GABAL Verlag, Offenbach 2013

Wie entsteht Markenkraft mit Sogwirkung? Warum wechseln wir unsere Lieblingsmarken nicht? Warum ist Marke so immens wichtig? *Marke ohne Mythos* von den Markenpunkts Dr. Arnd Zschiesche und Dr. Oliver Errichiello gibt glasklare Antworten auf solche und weitere Fragen - an vielen anschaulichen Marken-Beispielen vom MINI bis zum Magenbitter.

„Ob halbe Hähnchen oder Luxusuhren – Marke ist ein Qualitätsversprechen“, so lautet eine der zehn im Buch beschriebenen Regeln für die erfolgreiche Markenführung. *Marke ohne Mythos* erläutert, wie Menschen und Marken funktionieren und warum man über manche Marken entweder lachen oder weinen sollte.

Markenbildung hat sich in den letzten 30 Jahren zu einem Megathema entwickelt und die Autoren finden, dass es höchste Zeit ist, das Thema endlich so sachlich wie sachgerecht zu beleuchten – und zwar ohne jeden Mythos. „Die eigentliche Leistung von Werbern und Markenmachern besteht darin, dass sie den Menschen eingeredet haben, dass Marke etwas mit genialer Kreativität zu tun hat. Wer sich seriös mit Marken beschäftigt, weiß, dass erfolgreiche Marken absolut anti-kreativ sind“, sagt Dr. Oliver Errichiello. Ein Seitenhieb, der Neuromarketer und Werbeagenturen aufhorchen lässt. Denn die führenden Experten für wissenschaftliche Markenführung im deutschsprachigen Raum wissen: Markenführung hat nichts mit Emotionen zu tun, sondern folgt immer noch den Grundregeln menschlicher Kommunikation und muss auf soziale Anziehungskraft bauen.

Man kann sich zu Recht fragen: Braucht die Welt noch ein weiteres Markenbuch? Die Antwort lautet: Ein Markenbuch wie dieses definitiv! Die Markenspezialisten erläutern Regeln für eine erfolgreiche Markenführung, decken Werbephrasen auf und geben sowohl negative als auch positive Praxisbeispiele. Sie zeigen Indikatoren zur Stärkung der Marke auf und liefern Fakten zum Verständnis von Marken. So erfährt der Leser, dass Marken in Zukunft noch wichtiger werden, weil sie Komplexität reduzieren und mehr denn je Orientierung geben. *Marke ohne Mythos* gibt darüber hinaus Einblicke in die Hebel der Markenkommunikation und klärt über die Selbstähnlichkeit von Marken auf.

Dr. Arnd Zschiesche und **Dr. Oliver Errichiello** sind Geschäftsführer des Büros für Markenentwicklung in Hamburg und gehören zu den führenden Experten für wissenschaftliche Markenführung im deutschsprachigen Raum. Die Markensoziologen beschäftigen sich mit allen Fragen der strategischen Markenführung und der langfristig orientierten Durchsetzung von Marke. Als Redner und Interviewpartner sind sie bekannt für ihre deutlichen Ansagen zu Geschehnissen rund um das Thema Marke sowie ebensolche Absagen an den akuten Werbe(r)-Wahnsinn.