



## **Menschen sind Sinnsucher. Marken sind Sinnstifter.**

von Franz-Rudolf Esch:  
Identität: Das Rückgrat starker Marken  
Campus Verlag, 1. Auflage August 2016  
Gebundene Ausgabe: 309 Seiten  
ISBN: 978-3593505763, € 39,95



---

Starke Marke und große Persönlichkeiten haben viel gemeinsam. Sie wissen, wer sie sind, wofür sie einstehen und welches große Ziel sie erreichen wollen.

- Mutter Teresa widmete ihr ganzes Leben dem Kampf gegen die Armut. Sie wurde dafür verehrt und seliggesprochen.
- Mahatma Gandhi lebte seine Werte Wahrheit, Gewaltlosigkeit und Selbstbestimmung nach dem Motto „Walk your talk“.
- Nelson Mandela verbrachte 27 Jahre als politischer Gefangener auf einer Sträflingsinsel in schwerer Haft. Aus der Haft entlassen, setzte er seine große Vision eines geeinten Südafrikas durch und wurde der erste schwarze Präsident.

Große Persönlichkeiten verfügen nicht nur über eine klare Identität, sie leben auch danach und stehen dafür ein. Mit Disziplin und Willenskraft, die ihresgleichen suchen. Albert Einstein hat die Relativitätsformel nicht nur erdacht, er hat sie bewiesen. Von solchen Persönlichkeiten können starke Marken viel lernen. Starke Marken und große Persönlichkeiten haben die gleichen Erfolgsmuster. Sie bleiben sich selbst treu.