

Haben Sie Glück?



Bei dem Benson & Hedges Turnier in York sorgte unser Golfvorzeige-Profi Bernhard Langer 1981 für ein Ereignis, das in das Kuriositätenkabinett des Golfsports einging: Sein Ball landete in der Krone einer großen Eiche. Als er nach oben klettern wollte, lachte ihn das Publikum aus. Doch Langer fand seinen Ball tatsächlich im Baum, schlug ihn mit einem Sand Wedge auf das Grün und lochte ein. Daraufhin meinte ein Reporter später, Langer habe mit diesem Schlag viel Glück gehabt. Daraufhin sagte Langer sinngemäß: „Sie haben Recht. Und ich stelle fest, je mehr ich übe, desto mehr Glück habe ich.“

Haben Sie Glück mit Ihrer Marke? Offensichtlich muss man hart dafür arbeiten: Strategien und Maßnahmen hinterfragen, effektive und effiziente Wirkungskontrollen durchführen, kontinuierliche Verbesserungsprogramme betreiben, feilen am Detail. Die Ähnlichkeit zum

Golfsport ist unverkennbar. Jeder Golfspieler kennt auch die Schönwetterperioden, wo man einen „Lauf“ hat und sein Handicap verbessert – warum also an Fehlern arbeiten und seinen Schlag optimieren? Erst wenn ein Wind ins Gesicht bläst, holen die Golfspieler die kleinen Versäumnisse der Vergangenheit ein. Jetzt kommt es auf jedes Detail an. So und nicht anders ist es auch bei der Markenführung in turbulenten Zeiten. Mit unserem 360° Markeneffizienz-Check bieten wir ein Tool, mit dem Sie Schritt für Schritt Ihre Marke optimieren und wetterfest machen können. Dabei geht es weniger um das übliche „cost-cutting“, als vielmehr um das Ausschöpfen schlummernder Potentiale. Denken Sie an Bernhard Langer.

Wir wünschen Ihnen Glück!

Herzlichst

Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch

Termine

Für unser Seminar **Behavioral Branding am 26. und 27. März 2009** sind noch wenige Plätze frei.

Melden Sie sich gleich an!

Weitere Informationen zu unserem kompletten Seminarprogramm 2009 finden Sie auf Seite 15 dieses Newsletters.

Am 18. März 2009 veranstaltet der Deutsche Marketingverband den **9. Deutschen Markenkongress**.

Am Vorabend findet die **Night of The Brands** statt, bei der der **Markenaward 2009** vergeben wird.

Weitere Informationen unter www.markenkongress.de