



Der LaMa Buchtipp:

Marke 4.0



Wie Unternehmen zu digitalen Markenchampions werden

Gerade in einer komplexer werdenden Welt suchen Kunden nach Entlastung und nach Orientierung. Starke Marken bieten beides: Sie entlasten Kunden, weil diese wissen, wofür eine Marke steht und dienen deshalb auch zur Orientierung. Die Digitalisierung stärkt starke Marken. Deshalb hat BMW deutlich mehr Likes auf Facebook als Kia, H&M wesentlich mehr Twitter-Follower als Bon Prix und Levi's ungleich mehr Aufrufe bei YouTube als Jack & Jones. Auch bei der Marktkapitalisierung und den Markenwerten der Tech-Riesen im Vergleich zu deutschen Unternehmen offenbaren sich interessante Unterschiede: Deutsche Unternehmen haben zwar nur 26 Prozent der Marktkapitalisierung von Google und Co., aber 40 Prozent des Markenwerts. Sie profitieren somit nach wie vor von dem, was sie schon länger im Markt aufgebaut haben: Dem Kapital in den Köpfen der Kunden. Für Manager stellt sich die Frage, wie sie ihre Marke durch die Digitalisierung weiter stärken können. Mit diesem Thema beschäftigt sich dieses Buch.

- Digitalisierung mit Blick auf Unternehmen, Marken und ihre Kunden
- Notwendige Veränderungen im Unternehmen: Die Haltung eines Unternehmens und der Wandel, eine Vision entwickeln, Mitarbeiter von Betroffenen zu Beteiligten machen, vorhandene Geschäftsmodelle mit Blick auf die Marke und den Kundenbedarf analysieren, weiterentwickeln oder neu konfigurieren.

Marke 4.0 | Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch | 2020 | Vahlen www. | 39,80 € | ISBN 978-3-8006-5940-1

Nicht aufregen: Kreativität der Spedition



Der Polizist stoppt einen Lastwagen. «Jetzt sage ich Ihnen schon zum siebten Mal, dass Sie Ihre Ladung verlieren», schimpft der Beamte.

Schnauzt der LKW-Fahrer zurück: «Und ich sage ihnen schon zum siebten Mal, dass dies ein Streuwagen ist!»

Die nächste © LaMa-Ausgabe erscheint am © Freitag, 7. Februar 2020 ©

