
MANAGEMENT-NEWSLETTER Q1 / 2008

In der Wirtschaft geht es turbulent zu, in der Natur auch. Bestes Zeichen dafür, dass es Frühling wird, zumindest was das Wetter betrifft. Beim Klima steuern wir eher schon auf einen „ewigen Sommer“ zu. Warum auch nicht: Code d'Azur Feeling am Rhein-graben wäre doch gar nicht so schlecht. Im Gegenteil!

Lassen Sie uns wieder etwas Schwung in die Wirtschaft bringen, mit unserem Marken-Ticker, neuestem Management-Wissen und – wenn das nicht hilft – mit ein bisschen Humor im Arbeitsleben. Das alles finden Sie wieder im aktuellen MANAGEMENT-NEWSLETTER:

1. Marken-Ticker

- >> Warnhinweis: Unbedingt .cn-Domains schützen lassen!
- >> Buchtipp: Marken stark machen (Brandmeyer & Co.)
- >> Markenzitate: Gedanken bekannter Markenexperten

2. Management-Wissen

- >> Special: Was Google & Co. so alles über uns wissen
- >> Link-Tipp: 1000 Checklisten zum Herunterladen
- >> Kolumne: Ich hab' dann mal Zeit (zum Arbeiten)

3. SpassArbeit

- >> Alchemie oder „Die Reihenfolge macht's!“
- >> Kurioses zum Schluss: Die dämlichsten Warnhinweise

1. Marken-Ticker

>> Warnhinweis: Unbedingt .cn-Domains schützen lassen! <<

Bereits zum Chinesischen Neujahrsfest am 7. Februar hatten wir kurz über Markenpiraterie in China und die aktuellen Erfahrungen meines früheren Arbeitgebers Simon-Kucher & Partners berichtet.

Jetzt gibt es eine ausführliche Markennews dazu und die ganz dringende Bitte an alle Markeninhaber: Lassen Sie Ihre Marke und die dazugehörige .cn-Domain schützen. Vor gut einem Jahr war die chinesische Domain-Endung noch nicht einmal unter den Top 10. Ende Februar mit 10,1 Mio. Registrierungen bereits auf Platz 4 (nach .com, .de und .net): http://www.markenlexikon.com/news_2008_1.html

>> Buchtipp (Deutsch): Marken stark machen (2008) <<

Das "Marken stark machen"-Buch von Brandmeyer und seinen 3 Partnern bringt auf den Punkt, welche "Techniken der Markenführung" zielführend sind. Und das auf nur 170 Textseiten. Klasse!

Meine ausführliche Buchbesprechung (inkl. 25 Zitaten) lesen Sie hier:
http://www.markenlexikon.com/buch_marken_stark_machen.html

Für alle, die „Marken stark machen“ auf Amazon.de bestellen wollen:
<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3527503307/mlex-21>

>> Gattungsbegriffe: Der Namenskampf von Google, Kärcher & Co. <<

Tempo, Uhu und Fön sind es längst: Gattungsbegriffe. Einerseits schön, weil man über eine überragende Bekanntheit verfügt, andererseits unschön, weil man Gefahr läuft, die Rechte an der Marke zu verlieren.

Den „Geheiligt werde dein Name“-Beitrag von Bergmann aus brandeins 2/2008 finden Sie hier: http://www.brandeins.de/ximages/612624_106b10208m.pdf

>> Markenzitate: Gedanken bekannter Markenexperten <<

Vor kurzem haben wir unseren Bereich „Markenzitate“ erweitert und neu (nach Jahren) sortiert. Laufend kommen neue Geistesblitze bekannter Markenvor- und -nachdenker dazu. Die letzten Zitate sind gerade mal 5 Tage alt:
<http://www.markenlexikon.com/markenzitate.html>

>> Buchtipp (Englisch): BrandSimple (2006) <<

Markenführung ist alles andere als einfach. Eine Marke muss differenzierend, relevant und vor allem einfach sein. Hört sich simpel an, ist es aber nicht, wie Autor Allen P. Adamson in „BrandSimple“ anhand von über 50 Praxisbeispielen eindrucksvoll aufzeigt.

Nicht nur die vielen aktuellen Beispiele machen es leicht, dem Ansatz des Autors zu folgen. Die eingängige Struktur des Buches tut sein übriges und macht das Lesen zu einem kurzweiligen, lehrreichen Vergnügen.

Zudem gibt es BrandSimple seit kurzem als preiswertes Taschenbuch für unter 17 Euro: <http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/1403984905/mlex-21>

2. Management-Wissen

>> Special: Was Google & Co. so alles über uns wissen <<
(Online Reputation Management)

Sehen und gesehen werden. Bei letzterem ist insbesondere interessant, was andere von einem im Internet so alles erfahren, wie unser digitaler Fingerausdruck aussieht. Einer aktuellen Managerbefragung zufolge entscheidet der gute Ruf zu 40% über die berufliche Karriere. Und das Internet übernimmt dabei eine immer wichtigere Rolle. Denn: „Jeder, der sich im Internet bewegt, hinterlässt dort Spuren“, so Jochen Mai von der Wirtschaftswoche. Die online auffindbaren Informationen nutzen bereits 34% der Headhunter. 57% der Kandidaten fliegen nach der Online-Recherche aus dem Auswahlprozess!

Was tun? 3 Schritte helfen Ihnen beim digitalen Reputationsmanagement:

- (1) Eigenen Ruf im Internet analysieren durch Recherchen in Suchmaschinen wie Google, Yahoo & Co. (Vor- und Nachname in Anführungszeichen setzen, Reihenfolge variieren und bei Namen mit Umlauten beide Schreibweisen prüfen); bei zu vielen Treffern durch Eingabe von Wohnort, Beruf, Arbeitgeber oder E-Mail ergänzen. Problematisch wird es bei unschicklichen Namenszwillingen. Deshalb:
- (2) Aufbau einer eigenen Online-Präsenz durch Registrierung bei [Xing.com](http://www.xing.com), [LinkedIn.com](http://www.linkedin.com) & Co. sowie durch eine eigene Domain, möglichst mit dem eigenen Namen. Hilfreiche Links: <http://www.markenlexikon.com/domainregistrierung.html>

Eintragung in Personensuchmaschinen, z.B. www.spock.com, www.peakyou.com und www.wink.com (wobei hier eigene Profile auf www.facebook.com und www.myspace.com ebenfalls hilfreich sind). Besonders gut gefallen haben mir die Mitmachsuchmaschinen www.yasni.de und www.myon-id.de. Grundsätzlich ist es hilfreich, bei allen Profilen bestimmte Stichworte zu verwenden, die Sie mit Ihrer Person in Verbindung bringen wollen... .

Beiträge für Fachforen schreiben oder einen eigenen Weblog aufbauen, z.B. bei www.blogger.com, www.blogg.de, www.myblog.de.

- (3) Die eigenen Web-Präsenzen regelmäßig pflegen und immer wieder überprüfen, welche neuen Einträge es zur eigenen Person (oder einem Namensvetter) gibt.

Tipps & Hinweise zu Reputations-, Suchmaschinen- und Onlinemarketing finden Sie hier: <http://www.markenlexikon.com/onlinemarketing.html>

Quelle: <http://www.wiwo.de>, <http://www.wuv.de> sowie eigene Erfahrungen

>> Nachtrag zum „Special: Botschaften, die haften bleiben“ (Q4/2007) <<

Vor kurzem ist die deutsche Übersetzung von „Made to Stick“ unter dem Titel „Was bleibt“ (März 2008) erschienen. Mehr dazu erfahren Sie hier: <http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3446413243/mlx-21>

Hierzu passend hat Irle mit „Das ungeschriebene Buch“ in brandeins einen spannenden Beitrag über die Marke „Moleskine“ geschrieben, in der er erläutert, wie ein unscheinbares Notizbuch durch eine gute Geschichte binnen 10 Jahren zu einer weltbekannten Marke wurde: http://www.brandeins.de/ximages/612620_096b10208m.pdf

>> Zitat parat: Ebbe und Flut, tut gut! <<

„Erst wenn die Ebbe kommt, sieht man, wer nackt schwimmt.“

Warren Buffet
US-Investor und Multimilliardär (geb. 1930)

>> Link-Tipp: 1000 Checklisten zum Herunterladen <<

Wer schnell Checklisten von „Abmahnung“ bis „Vertriebsziele“ bzw. von „Akquise-telefonat“ bis „Messeorganisation“ benötigt wird unter den rund 1.000 herunterladbaren Checklisten (als .doc, .xls und .pdf) fast immer fündig: <http://www.checkliste.de>

>> Das politische Zitat: Fester Stand, und Punkt! <<

„Das Schwierigste am Diskutieren ist nicht, den eigenen Standpunkt zu verteidigen, sondern ihn zu kennen.“

André Maurois
Französischer Schriftsteller und Historiker (1885-1967)

>> Begriff(en): Open Source Marketing <<

Sie kennen Open Source Marketing noch nicht? Keine Angst, uns war der Begriff bis vor kurzem auch unbekannt. Das Phänomen der das Marketing mit gestaltenden Kunden ist es nicht. Es lohnt sich deshalb, sich mit dem Ansatz näher auseinanderzusetzen. Unsere Erläuterungen lesen Sie hier:

http://www.markenlexikon.com/glossar_o.html#OSM

>> Recherche-Tipp: Neue Wissensarchive online (kostenlos!) <<

Nachdem Zeitschriften wie „brand eins“ schon seit jeher ihre älteren Ausgaben komplett online gestellt haben (<http://www.brandeins.de> > Archiv), sind vor kurzem, wie von Geisterhand, mehrere große Verlagshäuser diesem Beispiel gefolgt, u.a.

> Focus: <http://www.focus.de/archiv>

> Der Spiegel: <http://wissen.spiegel.de>

> Meyers Lexikon: <http://lexikon.meyers.de>

>> Zitat für (gestresste) Manager: Ruhe Arbeit oder Ruhearbeit? <<

„Die Kunst, zur Ruhe zu kommen, ist ein Teil der Kunst des Arbeitens.“

John Steinbeck
US-amerikanischer Schriftsteller (1902-1968)

>> Kolumne: Ich hab' dann mal Zeit (zum Arbeiten) <<

Der ungeahnte Erfolg von Hape Kerkelings Reisebericht „Ich bin dann mal weg“, der 3 Mio. Mal verkauft wurde, drückt aus, was sich viele von uns wünschen, insbesondere, wenn es um die um sich greifende 24-Std.-Immer-Erreichbarkeit geht. Handy, SMS, AB und WLAN, ICQ und Skype sowie E-Mail und Blackberry haben uns fest im Griff!

- > Wir versenden weltweit 40-60 Milliarden E-Mails pro Tag
- > Jede von uns versandte E-Mail zieht 4-6 weitere nach sich
- > Wir besitzen weit über 100 Handy-Verträge pro 100 Einwohnern
- > Viele von uns haben einen Zweitbildschirm (ich jedenfalls)
- > Wir nutzen immer häufiger die Telefon Anklopf-Funktion
- > Die Hälfte von uns schreibt während Telefonkonferenzen E-Mails oder SMS-Nachrichten
- > Die Hälfte von uns öffnet ankommende E-Mails „sofort“ oder „sehr kurze Zeit nach“ dem Eintreffen
- > Wir verbummeln pro Tag gut 2 Stunden aufgrund von Ablenkung

Zeit zu haben ist gut, die Zeit selbst ist es auch, ein Gut. Gut, dass wir davon viel haben, aber deshalb leider auch umso freizügiger damit umgehen. Neueste technologische Entwicklungen verschärfen die Zeitverschwendung. Oder: Wann war Ihr letzter Tag, an dem Sie „unerreichbar“ waren? Scheint fast schon unerreichbar. Reich, wer's noch hat. Zeit für sich. Weg-Zeit. Hier-und-jetzt-Zeit. Das Ständig-„On“-Problem lässt sich wie folgt auf den Punkt bringen: 2-12-8-3-25-40.

Als Führungskräfte verbringen wir pro Tag im Schnitt gut 2 Stunden mit 150-200 E-Mails (Spam nicht mitgerechnet). Wir jonglieren im Mittel 12 Projekte gleichzeitig, wobei wir uns im Schnitt 11 Min. mit einer Aufgabe beschäftigen, wobei wir davon 8 Min. zum Sammeln unserer Gedanken benötigen, und effektiv 3 Min. ohne Unterbrechung daran arbeiten können, bevor unsere Aufmerksamkeit durch E-Mail & Co. auf ein anderes Thema gelenkt wird. Danach dauert es dann durchschnittlich 25 Min., bis wir uns wieder der alten Aufgabe widmen können, wobei in dieser Zeit in 40% aller Fälle neue Aufgaben hinzukommen... .

Die Gründe dieser neuen, bruchstückhaften Arbeitsweise liegen zum einen in der Digitalisierung selbst begründet, zum anderen in der mit ihr einhergehenden Rationalisierung. Sekretariate als menschliche Filter fallen zunehmend weg, Assistenzaufgaben wandern auf hierarchisch höhere Ebenen (z.B. Reiseplanung und Terminabstimmung).

Unser Problem: Wir wissen, wie wir mit den digitalen Medien umgehen müssen, nicht aber, wie wir sie umgehen können!

Die Folge? Unkonzentriertheit, ja Zerstreutheit. Die „Constant Multitasking Craziness“ führt zum (nicht erblichen) Attention Deficit Trait und damit zu leichter Aggression, innerer Unruhe und Unaufmerksamkeit, Produktivitätsverlust inklusive.

Doch es geht auch anders. 5 Tipps:

- (1) Lassen Sie sich durch digitale Kommunikation nicht unter Druck setzen. Ignorieren Sie den künstlich erzeugten Handlungsdruck und schlafen Sie eine Nacht über wichtige Entscheidungen.
- (2) Greifen Sie bei kritischen Themen zum Telefonhörer statt sich der digitalen Gefahr des unnötigen Hochschaukelns von Themen und Konflikten auszusetzen.
- (3) Gehen Sie sparsam mit der CC-Funktion um und machen Sie anderen klar, wann Sie auf dem Verteiler sein sollten und wann nicht.
- (4) Legen Sie feste Zeiten fest, um zu telefonieren oder E-Mails zügig an einem Stück abzuarbeiten, z.B. 2x am Tag (und stellen Sie den Hinweiston für eingehende E-Mails ab).
- (5) Schalten Sie bei wichtigen Arbeiten oder Gesprächen Ihr Handy, Ihren Blackberry und Ihr E-Mail-Programm auf stumm ... oder aus!

Wenn Ihnen das noch nicht weit genug gehen sollte, dann probieren Sie doch einmal das Folgende:

- > Löschen Sie alle Ihre E-Mails und fangen Sie von neuem an.
- > Versenden Sie am „Casual Friday“ ganz lässig keine E-Mails, sondern sprechen (!) Sie mit Ihren Kund(inn)en und Kolleg(inn)en.
- > Lassen Sie Freitags alle digitalen Geräte (weggeschlossen) im Büro.
- > Entspannen Sie sich auf <http://www.alleinr.de> (einsame Spitze!).

Quelle: <http://www.miriammeckel.de/positionen.html>, <http://www.handelsblatt.com>, http://www.brandeins.de/ximages/354405_062b10707k.pdf sowie eigene Erfahrungen

3. SpassArbeit

>> Alchemie oder „Die Reihenfolge macht's!“ <<

Kennen Sie den Unterschied zwischen einem Chemiker und einer Hebamme? Ganz einfach: Der Chemiker sagt h₂o, die Hebamme oh₂.

>> Gehaltvoll: Ungeahnte Höhenflüge <<

Der Chef zu seinem neuen Mitarbeiter: „Ich möchte Sie bitten, mit niemandem über die Höhe Ihres Gehalts zu sprechen.“ „Keine Sorge“, antwortet der Mitarbeiter, „ich schäme mich genauso dafür wie Sie...“.

>> Gute Vorbereitung garantiert eine erfrischende Sitzung <<

Die Assistentin soll für die Aufsichtsratssitzung die Getränke bereitstellen. Kaum hat die Sitzung begonnen, erscheint Sie im Konferenzraum. „Was wollen Sie?“ faucht der Vorsitzende gereizt. „Ich wollte nur sehen, ob alle Flaschen da sind!“

>> Kurioses zum Schluss: Preis für die dämlichsten Warnhinweise <<

Sie kennen das (insbesondere von unsren US-amerikanischen Freunden). Da steht auf der T-Shirt-Verpackung schon mal der „warnsinnige“ Hinweis: „Nicht bügeln, wenn Sie das Hemd tragen!“ Da muss man erst einmal 'drauf kommen. Schön auch der Warnung eines Brieföffner-Produzenten: „Schutzbrille empfohlen“. Ich sehe den Mitarbeiter schon vor meinem geistigen Auge, wie er mit einer Plastikbrille ausgestattet den Brief öffnet. Also, bei der nächsten Bestellung von Büromaterial die Schutzbrille nicht vergessen! Die aktuellen Preisträger der dämlichsten Warnhinweise finden Sie hier:

<http://www.mlaw.org/wwl/photos.html>

Frohe Ostern, warnfreie Ostereier und frühlingshafte Ideen
wünscht Ihnen und Euch allen Karsten Kilian

P.S.: Weiterempfehlungen erwünscht: Einfach eine E-Mail mit Betreff
„Newsletter abonnieren“ an die unten genannte Adresse senden.

© 2008 Karsten Kilian - Irrtümer vorbehalten. Für Fehler wird nicht gehaftet.

Kontakt: Tel.: 09343 / 50 90-31
 Fax: 09343 / 50 90-32
 Mail: info@markenlexikon.com
 Internet: www.markenlexikon.com