



MC BRANDNEWS

Integrierte Kommunikation | Advertising & Media | Public Relations | Corporate Publishing | Event-Marketing | TV- & Filmproduktion | Interactive | Sport & Entertainment

Berlin | Köln | Ankara | Athen | Baku | Belgrad | Bratislava | Brüssel | Budapest | Buenos Aires | Bukarest | Chisinau | Den Haag | Dubai | Dublin | Eriwan | Helsinki | Istanbul | Jakarta | Johannesburg
Kiew | Kopenhagen | Lissabon | Ljubljana | London | Luxemburg | Madrid | Moskau | Neu-Delhi | New York | Nikosia | Oslo | Paris | Peking | Prag | Reykjavik | Riad | Riga | Rom | São Paulo | Shanghai | Sofia
Stockholm | Sydney | Tallinn | Tel Aviv | Tiflis | Tirana | Tokio | Toronto | Valletta | Vilnius | Warschau | Wien | Zagreb | Zürich

www.media-consulta.de

INTRO

Marken stehen zur Wahl

Während Parteien für vier oder fünf Jahre vom Wähler „unter Vertrag“ genommen werden, müssen die meisten Marken in deutlich kürzeren Intervallen zeigen, warum sie es wert sind und weshalb man sie erneut „wählen“ sollte. Die BILD-Zeitung beispielsweise muss ihre Leser täglich aufs Neue von ihren Qualitäten überzeugen. Ein Abonnement gibt es nicht! Das Gleiche gilt für Lebensmittelmarken, die bei jedem Edeka-Einkauf ihren Weg in den Einkaufskorb der Kunden finden müssen, obwohl sie deutlich mehr kosten als vergleichbare Private Labels. Nur wer eine klare Botschaft hat, findet Gehör. Für uns gilt: Wir lieben Marken!

MARKENFÜHRUNG

Erfolgsfaktor Employer Branding

Mitarbeiter machen Marken. Wichtigste Voraussetzung hierfür ist ein funktionierendes Employer Branding. Es sorgt dafür, dass Unternehmen für die Marke geeignete Mitarbeiter anziehen, auswählen, entwickeln und langfristig von sich überzeugen können. Nur wer eine attraktive Arbeitgebermarke vorweisen kann, wird auch zukünftig die besten Talente für sich und seine Marke begeistern können. Dabei gibt es zwei Hauptaspekte zu berücksichtigen: Wie ist die Außenwirkung, unabhängig davon, wie das Arbeitsleben im Unternehmen aussieht, und zweitens, wie ist die tatsächlich erlebte Wirklichkeit in der Innenperspektive? Fakt ist: Als wichtige Markenbotschafter prägen die authentischen Aussagen der Mitarbeiter die Marke nachhaltig. Die aktuellen Bemühungen vieler Unternehmen, durch Kurzarbeit Entlassungen so weit als möglich zu vermeiden, weisen in die richtige Richtung. Sie erleichtern es den Unternehmen, bei einer Erholung der wirtschaftlichen Lage innerhalb kürzester Zeit wieder zu 100% ihrer Leistungsfähigkeit zurückzukehren – und ihre Kunden in gewohnter Qualität und Schnelligkeit mit ihren Markenprodukten und -dienstleistungen zu versorgen. Das aktuelle Interview „Mitarbeiter sind wichtige Markenbotschafter“ mit dem Markenexperten Karsten Kilian“ lesen Sie hier: www.mc-brandnews.de

Dr. Dirk Seeling von MC-Kooperationspartner personal-point zu den sieben wichtigsten Aufgaben des Employer Branding und damit verbundenen Fragestellungen:

- 1. Mitarbeiter-/Bewerberbefragung:** Wie steht es um die Innen- und Außenausstrahlung der Marke?
- 2. Definition des Markenkerns:** Welches spezifische Signal sollen die Mitarbeiter aussenden?
- 3. Personalmarketing:** Wie kann sich das Unternehmen für die richtigen Kandidaten attraktiv machen, ohne sich zu verstellen?
- 4. Personalauswahl:** Wie lassen sich geeignete Markenbotschafter identifizieren, die die Markenwerte verkörpern können, ohne sich verstellen zu müssen?
- 5. Personalentwicklung:** Wie lassen sich Markenbotschafter an das Unternehmen binden?
- 6. Markenkommunikation:** Wie können überzeugte Mitarbeiter verstärkt im Außenkontakt eingesetzt werden?
- 7. Personaltrennung:** Wie geht das Unternehmen mit Mitarbeitern um, von denen es sich trennen muss?

www.personal-point.de

> MARKENZITAT

„Gute Marken können alles sein – nur nicht ‚so wie‘.“

(Bernd M. Samland)

> MARKENTIPP

Markenlehrpfad in Hamburg



Das Nivea-Haus im Herzen Hamburgs bietet auf drei Etagen Markenerlebnisse pur

Erleben Sie bei Ihrem nächsten Aufenthalt in Hamburg bekannte Marken hautnah. Besonderes Highlight in der Hansestadt ist das an der Binnenalster gelegene Nivea-Haus, das auf drei Etagen Nivea-Pflege pur bietet. Daneben warten in Hamburg u.a. das Frosta Bistro, der Maggi Kochstudio-Treff und das Langnese-Café auf Ihren Besuch. Exklusiv für Sie, unsere MC-BRANDNEWS-Leser, haben wir wieder einen kurzweiligen Markenlehrpfad zusammengestellt. Sehen Sie mit eigenen Augen und erleben Sie mit allen Sinnen, wie Unternehmen ihre Marke inszenieren, und lassen Sie sich für Ihre eigene Markenarbeit inspirieren. In der nächsten MC BRANDNEWS in zwei Monaten folgt der dritte Teil unseres Markenlehrpfads, in dem wir Ihnen sehenswerte Markenstandorte in Köln vorstellen werden. Details zur Markenexkursion in der Hansestadt inklusive Adressen und Routenplan als Download finden Sie unter: www.mc-brandnews.de