

*Marken  
für die  
Ewigkeit*

**7 + 1 Dinge,  
die wir aus Krisen  
lernen können**

# Inhalt

<b>Vorwort von John Strelecky</b> .....	<b>9</b>
<b>Einführung – mein Versprechen an Sie</b> .....	<b>13</b>
Warum dieses Buch nicht morgen entstehen durfte .....	15
Wie Marken Generationen überdauern .....	26
<b>Digitalisierung – die neue Realität</b> .....	<b>29</b>
In der Welt der Superlative .....	30
Überall & jederzeit – Social Media einfach erklärt .....	38
<b>Wachstum – Qualität statt Quantität</b> .....	<b>45</b>
Zahlen lügen nicht – nur manche .....	47
Wie Sie Menschen begeistern .....	51
Die Mär von Rationalität .....	54
Vier Tipps, wie Sie eine treue Kundschaft aufbauen .....	61
<b>Werte – Profit... und was dann?</b> .....	<b>67</b>
Wertvolle Beziehungen durch »wert-volle« Führung .....	71
Glaubenssätze werden zu Marketing-Regeln .....	76
Warum Maslow nicht mehr den Nerv der Zeit trifft .....	79
Wie Sie die Wertefalle umgehen .....	84

<b>Nachhaltigkeit – das neue Premium</b> .....	<b>93</b>
Eine »grundlegende Umgestaltung« für jeden von uns .....	96
Grün alleine reicht nicht aus .....	102
<b>Weitsicht – die Unsicherheit lieben lernen</b> .....	<b>115</b>
Lernen – so wird Ihre Marke zum »Klassenbesten« .....	118
Planen – so klar wie möglich, so flexibel wie nötig .....	121
<b>Selbstführung – ein bewusstes Ich für ein starkes Wir</b> .....	<b>131</b>
Die Learning-by-doing-Falle .....	132
Kontrollierte Auszeiten – drei Wege für Führungskräfte .....	134
Vertrauen schenken – eine unterschätzte Aufgabe .....	140
<b>Flexibilität – »Be water my friend«</b> .....	<b>147</b>
Warum Sturheit keine Stärke ist .....	150
Mit der »Pressemitteilung aus der Zukunft« zum Ziel .....	158
<b>And there is one more thing... Menschlichkeit</b> .....	<b>163</b>
Mehr Emotionen, mehr Flexibilität .....	166
Durch Technik zu mehr Menschlichkeit .....	178
Menschlichkeit ist Chefsache! .....	188
Im Zentrum steht der Mensch .....	190
<b>Marken für die Ewigkeit – ein Fazit</b> .....	<b>197</b>
<b>Über den Autor</b> .....	<b>207</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>209</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>215</b>