

Das Institut für Kommunikation und Marketing IKM

SIE SIND HIER: [Home](#) » [Integrierte Kommunikation](#) » Menschen machen Marken: Erfolgsrezepte im Markenmanagement



Menschen machen Marken: Erfolgsrezepte im Markenmanagement 🔊 0

VON ANTONIA STEIGERWALD AM 10. JANUAR 2017

INTEGRIERTE KOMMUNIKATION, MARKENMANAGEMENT

TEILEN.



ÜBER DEN AUTOR/ DIE AUTORIN



ANTONIA STEIGERWALD

– 🏠 – 🐦 – in

Antonia Steigerwald ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikation und Marketing IKM.

Florian Zimmermann hat 2016 sein Buch «Menschen machen Marken» veröffentlicht. Darin verknüpft er theoretische Grundlagen des Markenmanagements und der Integrierten Kommunikation mit Beispielen aus der Praxis.

Herr Zimmermann, Sie und Co-Autor **Manuel Huber** sind Absolventen des MAS Brand and Marketing Management bzw. MAS Communication Management und haben in den CAS Ihr Interesse für Markenmanagement und Integrierte Kommunikation entdeckt. Insbesondere diese beiden Themen haben Sie nach der Weiterbildung noch weiter vertieft.

Das ist korrekt und es hat Spass gemacht! Die Themen begleiten uns im beruflichen Alltag laufend. Wir wollten unser Wissen noch tiefer stärken und aus der Praxis erfahren, wie die Theorie genutzt wird, am

Herzlich willkommen! Das Institut für Kommunikation und Marketing IKM der Hochschule Luzern – Wirtschaft ist das Kompetenzzentrum für integriertes Kommunikations- und Marketing-Management.

f in

KATEGORIEN

[Crossmedia Kampagnen](#)

[Data Science](#)

[Digital Storytelling](#)

[Events](#)

[Integrierte Kommunikation](#)

[Konsumentenforschung](#)

[Kundenmanagement](#)

[Markenmanagement](#)

[News](#)

[Online Communities](#)

[Studium](#)

[Vertriebsmanagement](#)

[Weiterbildung](#)

[Wirkungsvoll Kommunizieren](#)

LETZTE BEITRÄGE

[Nachhaltigkeit im E-Commerce: Expertenmeinungen zum Thema](#)

[19 neue Kommunikations- und Marketingspezialisten im November 2020](#)

[Hey Siri! – Was ist Voice Search?](#)

Markt und in der Praxis die Markenführung gelebt wird. Denn eine Marke über 100 Jahre zu «führen» ist von den gleichen Prinzipien abhängig, ob bei Victorinox oder bei Pilatus Aircraft.

E-Commerce Take Aways 7 und 8 – Conversion Rate Optimierung

Von News-Deprivierten, Brainhacking und Glückshormonen

«Menschen brauchen Orientierung und wollen wissen, für was eine Marke steht.» Thomas Zimmermann, Leiter Markensteuerung und Sponsoring, Postfinance AG

In Ihrem Buch **«Menschen machen Marken»** teilen die Geschäftsführer namhafter Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen ihr Wissen mit dem Leser. Welches sind Ihre wichtigsten Erkenntnisse aus diesen Interviews?

Alle CEOs bzw. Führungspersonen sind eng mit den Unternehmen verbunden, z.T. in Familienbesitz und mit der Schweiz stark verwurzelt. Das macht es greifbar. Aus den Interviews lassen sich drei Erfolgsprinzipien ableiten:

1. Markenführung ist Chefsache und muss gelebt werden – von oben nach unten.
2. Menschen führen Marken, deshalb auch der Titel des Buches.
3. Eine konsequente Kundenorientierung ist notwendig, denn die Kunden sind der Markt.

Ihr Buch verweist deutlich auf die Verbindung von Praxis und Theorie. Das zeigt einerseits der Aufbau, andererseits finden sich in allen Interviews Anker, wo ein Bezug zur Theorie hergestellt werden kann. Habe Sie in den Interviews etwas erfahren, was für Sie neu oder anders war?

Die zehn Interviewpartner geben Preis, wie es in ihrem Unternehmen funktioniert. Jedes Interview wurde strukturiert geführt und hat Querverweise in die Theorie, welche der 2. Teil des Buches ist, das macht es spannend zu lesen. Inhabergeführte Unternehmen entscheiden mehr «aus dem Bauch heraus», sichern sich aber auch mit den Erfahrungen kompetenter Mitarbeitende ab. Der Faktor Mensch hat einen hohen Stellenwert. Daher auch der Titel: «Menschen machen Marken».

«Eine Marke braucht eine Herkunft und eine Geschichte.» Heinrich Villiger, Inhaber und Verwaltungsratspräsident, Villiger Söhne Holding AG

Einen Teil der Theorie habe ich am **Institut für Kommunikation und Marketing IKM** der Hochschule Luzern erlernt. Das Buch ist in gewisser Weise so auch am IKM entstanden. Besonders freute mich, dass sich Dr. Richard Kühn bei mir meldete und das Buch als «wirklich lesenswert» empfand.

Buchbestellung

Sie können das Buch **«Menschen machen Marken»** über den IKM-Blog zu einem Spezialpreis von CHF 30.-, inkl. Versandkosten bestellen.

Bestellungen an: welcome@icp-zimmermann.ch

Wir benötigen folgende Angaben von Ihnen:

- . Rechnungsadresse
- . Versandadresse

[Interview](#) [Theorie und Praxis](#)

VERWANDTE ARTIKEL

10. JANUAR 2020



0

Kultmarken, Kolanuss und Rock 'n' Roll:
Gruppenarbeiten im CAS Brand
Management

19. NOVEMBER 2019



0

Praxis-Exkursion zu Pilatus
Flugzeugwerke

29. AUGUST 2019



1

Markenkiller Plattform-Ökonomie?
Brandmanagement in Zeiten des
preisgetriebenen E-Commerce

KOMMENTAR HINTERLASSEN

Ihr Kommentar

Ihr Name

Ihre Email

Ihre Website

Trage mich in den Newsletter ein!

KOMMENTAR SENDEN