

brandtrust

Pressespiegel

8.Juni 2009

1 Schlagzeile



CLIP Mediaservice GmbH

Taubstummengasse 4 A-1040 Wien
Tel +43(1) 503 25 35 Fax +43(1) 503 25 35-20
www.clip.at kundencenter@clip.at

Inhaltsverzeichnis

Sorry, Sir!

Quelle: Wirtschaftsblatt 08.06.2009 Seite 23
Klaus-Dieter Koch

Seite 3

Thema: Klaus-Dieter Koch

Autor: Klaus-Dieter Koch

MARKEN



PRAXIS

Sorry, Sir!

Letzte Woche, Atlanta International Airport: Buchgeschäft am Flughafen. „Haben Sie ein Buch von Richard Yates?“ Leicht irritierte Antwort: „Leider nein.“ „Sicher? Ist gerade sehr aktuell.“ „Sorry Sir, leider nein, ich müsste den Manager fragen.“ Soviel Zeit ist nicht. Nachdem man sich für ein Buch eines anderen Autoren entschieden hat und zur Kassa geht, entdeckt man, dass direkt dahinter das aktuelle Buch von Richard Yates großflächig dekoriert ist. Auf die Frage, ob man den Kauf rückgängig machen kann, um das ursprünglich gewünschte Buch zu bekommen: „Sorry Sir, leider nein, der Vorgang ist schon in die Kassa getippt, da müsste ich den Manager holen...“

Auf dem Flug nach Europa denkt man nach, warum das Marketing amerikanischer Prägung als so vorbildlich gilt. Dort begreift man den einzelnen Mitarbeiter lediglich als Teil des Systems und hält ihn für austausch- und ersetzbar. Deshalb wird weder in seine Ausbildung, Fachbildung oder seine Fortbildung investiert. Was bleibt, ist die typisch amerikanische Hilfsbereitschaft und Freundlichkeit. Auch wenn die im deutschsprachigen Raum verbreiteten Ausbildungsstrukturen oft als zu starr und umfangreich kritisiert werden, zeigt sich an solchen Erlebnissen doch, wie wohltuend sich echte Könnerschaft auf die Attraktivität eines Einkaufsortes oder einer Marke auswirken.



Klaus-Dieter Koch
Der Autor ist Markenstrategieberater und Gründer von Brand:Trust