

PRESSE INFORMATION Vorstellung Fachbuch Markenmanagement **englisch****101 Triggers to Boost Your Brand: die Marke als Wachstumstreiber.**

Inspiration für Unternehmer und Marken-Manager

von Klaus-Dieter Koch

Nürnberg/ Zürich: Was motiviert Kunden, eine bestimmte Marke zu kaufen? Nein, es ist nicht allein ihre Bekanntheit. Die Begehrlichkeit einer Marke ist der Schlüssel für den Verkaufsabschluss und damit für den langfristigen Unternehmenserfolg. Davon ist der international tätige Markenstrategie-Berater und Autor Klaus-Dieter Koch überzeugt. In seinem Buch „101 Triggers to Boost Your Brand“, das nun in englischer Sprache erschienen ist, liefert der Markenexperte 101 internationale, fundierte und inspirierende Beispiele für B2C- und B2B-Marken auf ihrem Weg zur begehrten Marke, die als Wachstumstreiber die Zukunft des Unternehmens sichern.

Der Käufer, egal in welchem Bereich, trifft seine Entscheidungen heute bewusster, aber nicht ausschließlich über den Preis. Dieser wird erst dann zum alleinigen Kaufkriterium, wenn keinerlei Differenzierung vom Wettbewerberangebot stattfindet. Doch wie gelingt es, unvergleichbar zu werden? Unterscheidungspotential sieht Markenstrategie Klaus-Dieter Koch bei weitem nicht nur äußerlich, in Optik, Verpackung und Marketing. Er definiert eine Marke nicht als Design- oder Kommunikationsobjekt, sondern als etwas viel Größeres, nämlich als kaufmännisch orientiertes Wertschöpfungssystem. Als solches verstanden, ist die Marke der komprimierte Ausdruck unternehmerischer Spitzenleistungen. Und genau diese sind es, die das Produkt oder die Dienstleistung einzigartig und unvergleichbar machen.

„Marketingausgaben, die ausschließlich auf die Schaffung von Bekanntheit abzielen, sind pure Geldvernichtung“, mahnt Markenexperte Koch. „Denn ein Produkt mit hohem Bekanntheitsgrad, ist nicht zwangsläufig so attraktiv, dass es jeder haben will“, so Koch weiter. Er setzt auf die Begehrlichkeit von Marken. Sie ist es, die Kunden anzieht und – was für den langfristigen Erfolg entscheidend ist – bindet. Für sein Buch „101 Triggers to Boost your Brand“, das soeben in englischer Sprache erschienen ist, hat Klaus-Dieter Koch 101 internationale Beispiele zusammengetragen, die sich allesamt in der Praxis bewährt haben. Jeder dieser Fälle zeigt, wie sich die Anziehungskraft von Marken ganz gezielt steigern lässt.

Das Buch schafft neue Wertschätzung für die Kraft der Marke und liefert Unternehmern und Marken-Managern Inspiration für die Entwicklung der eigenen Marke. Die Beispiele sind in Orientierung gebenden Kategorien wie Herstellung, Verhalten, Verknappung, Vermarktung Oder Preisfindung zugeordnet. Beleuchtet werden Konsumenten-, Dienstleistungs- und auch B2B-Marken. Das fachlich fundierte Expertenwissen wird in einem erfrischenden Sprachstil präsentiert.

Über den Autor:

Klaus-Dieter Koch hat über 20 Jahre Erfahrung in der Marken-Strategieberatung für international tätige, mittelständische Unternehmen und Großunternehmen. Sein Wissen vermittelt er als Dozent und Referent bei Kongressen, als Kolumnist sowie als Autor. Sein Buch „Reiz ist Geil“ (ebenfalls Orell Füssli Verlag, bislang nur in deutscher Sprache erhältlich) gilt als eines der erfolgreichsten Bücher der Markenliteratur im deutschsprachigen Raum der letzten Jahre. Er ist Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter der Managementberatung Brand:Trust, die spezialisiert ist Auf markenzentrierte Unternehmensführung. Das Unternehmen hat seinen Stammsitz in Nürnberg/Deutschland und unterhält Repräsentanzen in Zürich, Wien und Ljubljana.

<http://www.brand-trust.de>

Bibliografie

Klaus-Dieter Koch
101 Triggers to Boost Your Brand
Orell Füssli Verlag, Zürich
218 Seiten, gebunden
ISBN-10: 3280054923
ISBN-13: 978-3280054925
Preis 29,90 €

März 2013

Pressekontakt: Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer
Lindengasse 3, 90419 Nürnberg
Tel. 0911/300 349-30, info@pr-heinhoefer.de