



Thema: Achim Feige

Autor: Gregor Auenhammer

Die sieben Gebote des Brandings

Gregor Auenhammer

Noch nie hat sich die Welt so rasant und grundlegend verändert wie heute, noch nie geschah dies derart umfassend – kulturell, technisch, wirtschaftlich, gesellschaftlich und klimatisch. Der Medienphilosoph Paul Virilio beschrieb den Zustand unserer Zeit als „rasenden Stillstand“, der zu tektonischen Verschiebungen in unserem Konsumverhalten führt. Welche Chancen und Probleme ergeben sich für eine erfolgreiche Markenführung im kommenden Jahrzehnt? Welche Kundenwünsche, welche Trends gilt es zu beachten? Achim Feige, Spezialist für zukunftsorientierte und trendgestützte Markenführung, beschreibt praxisorientiert in seinem Leitfa-

den *BrandFuture*, wie man mittels evolutionärer Gesetze eine Marke etabliert und erfolgreich macht.

Feige beschreibt die prinzipiellen Parameter ökonomischer und gesellschaftlicher Metamorphosen, auf denen zeitlose „Sieben Gebote der evolutionären Markenführung“ alias „Power Laws“ basieren. Sie sollen garantieren, dass eine Marke als „fit, trendy und sexy“ empfunden wird. Sie stellen die Faktoren dar, die eine Marke kontinuierlich erfüllen muss: Sie soll 1.) spezifisch, 2.) relevant, 3.) attraktiv und signalstark, 4.) einzigartig und radikal, 5.) erkennbar Nummer eins, 6.) innovativ und adaptiv, und last, but not least, 7.) vernetzbar und vernetzend sein. Wie das machbar ist, führt Feige anschaulich und plausibel vor

Augen; inklusive vieler Beispiele aus unterschiedlichen Branchen. Niemand Geringerer als der Zukunftsforscher Matthias Horx meinte: „Marken sind Mythen, die sich mit der Zeit wandeln. Achim Feige ist einer der wenigen, die die Theorie der Trend- und Zukunftsforschung auf die konkrete Markenpraxis übersetzen können.“

Wer Trends bei Brands stets up to date mit Akribie verfolgt, dem sei *BrandFuture* ans Herz gelegt. Um bei ökonomischen Hard Facts wie auch im Smalltalk niveauvoll auf dem Laufenden zu sein, empfiehlt es sich, sich Herausforderungen proaktiv zu stellen und mitzubestimmen, was warum Kult war, ist und in Zukunft sein wird. **Achim Feige: „BrandFuture“, € 30,- / 238 S., Verlag Orell Füssli, Zürich 2011**