

Die Wenigsten verstehen etwas von Marketing

Marketingbücher gibt es wie Sand am Meer. Die wenigsten hinterlassen einen bleibenden Eindruck. Wieso also sollte man «Kunstfehler im Marketing» von Wolfgang Frick lesen? Die Antwort liefert der Untertitel des Werks: «Wie Sie schmerzhafteste Fehler vermeiden und Ihre Marke fit bleibt.»



Was unterscheidet dieses Buch von klassischen Marketingbüchern? Es will nicht an Grundlagen wiederholen, was tausendfach publiziert wurde. Es ist ein unterhaltsames Kompendium praktischer Erfahrungen, grundlegender Einsichten und lebensphilosophischer Erkundungen aus der Welt der markengeführten Unternehmenskultur. Es setzt ganz vorne an, bei der Definition von Marketing, die bestechend einfach ausfällt: Marketing ist die systematische Anwendung von Denkvermögen.

Marketing: Viele verstehen etwas darunter, ganz wenige etwas davon. Das ist die provokante These des Autors. Davon ausgehend, arbeitet er sich durch die einzelnen Untersuchungsgegenstände: Marke und Marketing, Organisation und Stellenwert im Unternehmen, Rollen und Leiden der handelnden Personen. Anhand einzelner Befunde beschreibt Frick praxisorientiert

die häufigsten Fehler. Nicht mit erhobenem Zeigefinger, sondern unterhaltsam und kurzweilig. Keine Lektüre für Theoretiker. Denn die schönsten Geschichten schreibt das (Marketing-)Leben selbst; und in diesem Buch sind sie versammelt. Es wirft einen Blick über die Schulter des Marketingleiters, Dozenten und Referenten Wolfgang Frick. Eine grosse Portion Fachwissen und Erfahrung kombiniert mit einem guten Stück «Slice of Life».

Wolfgang Frick, 1966, studierte Betriebswirtschaft, Publizistik und Kommunikationswissenschaft und promovierte 1996. Der Autor blickt auf 30 Lehr-, Studien- und Berufsjahre zurück und listet in seiner «Markensammlung» bereits 30 regionale, nationale und internationale Marken auf. Heute leitet Frick nationale Marketingagenden auf Konzernebene. Er ist verheiratet und Vater von vier Kindern.



Das Buch kann versandkostenfrei auf www.bucherverlag.com bestellt werden. Zudem verlost der LEADER fünf Exemplare. Schreiben Sie hierzu einfach eine Mail mit Ihrer Adresse und dem Betreff «Buchverlosung» an info@metrocomm.ch