

INHALT

01

DON'T CALL IT A VORWORT _____

7

02

BRAND RULES _____

17

Brand Rule 1: Verstehe die Essenz Deiner Marke und richte
alles nach ihr aus _____
Brand Rule 2: Kultiviere Deine Marke _____
Brand Rule 3: Nutze das Potenzial der Co-Creation von Marken _____

18
20
25

03

HOLISTIC BRAND COMMUNICATION _____

27

Disrupting Communication _____
Virtualisierung und Co-Creation von Markenerlebnissen _____
Aber: Keine Entwicklung ohne Gegenentwicklung _____
Introducing Holistic Brand Communication _____

29
30
34
40

04

ALLURE _____

Schaffe einzigartige ikonische Objekte _____
Lade ikonische Objekte mit »Meaning« auf _____
Pflege Ikonisches und finde die richtige Balance aus
Kontinuität & Wandel _____
Wenn Du nichts Ikonisches im Angebot hast, kreiere es _____
Oder verbünde Dich mit Ikonen _____
Verstehe Coolness als oberste Maxime _____

05

EDUTAIN _____

Nutze die bunte Medienvielfalt beim Storytelling _____
Situativity rules! Passe die Botschaften an _____
Surfe den Zeitgeist und beziehe Stellung – aber nur, wenn es
zu deiner Marke passt _____
Profitiere von den Vorteilen eines zielgenauen Storytellings _____
Setze auf die Stärken kollaborativen Storytellings _____

06

BOND	95
Set the stage & be the best host ever	102
Biete eine physische Retail Experience, die deine Handschrift trägt	104
Sei Best-in-Class im Service- und Experience-Business	107
Animiere zum Mitmachen	110
Schaffe Orte für Communities	112
Oder gehe dorthin, wo sich die Community aufhält	115

07

MODERATE	119
Schaffe relevante Plattformen, auf denen sich die Zielgruppen aufhalten	126
Zeige Präsenz auf den dominanten Plattformen	128
Generiere und pflege Fans	130
Gewinne Meinungsführende für den eigenen Zweck	132
Monitore und reagiere 24/7	133

08

ZIELE UND FÜHRUNGSPROFILE DER META-JOBS	137
Fokussiere. Und gewinne herausragende Experten für die vier Meta-Jobs	142
Integriere. Und installiere den »Chief Holistic Brand Manager«	148

09

HOW TO DO META-JOBBING?	153
Assess the Status Quo	154
Achte auf Compliance, Konsistenz und Konvergenz	162
WORKBOOK	165
ANHANG	187
Glossar	188
Abkürzungen	198
Credits	198
Endnoten	200