



Ich will eine Pizza mit Dönerfleisch



Dr. Oetker Pizza DE



Nein, willst du nicht





NOTHING IS FOREVER IN THE GROUP.

Mal ehrlich, wer legt sich heute schon gerne fest? Wir sind flexitarische, genderfluide, bilinguale Jein-Sager und suchen die große Liebe, aber nicht für immer. Und das ist auch gut so. Denn wer weiß, dass er sich nicht festlegen will, weiß ja irgendwie, was er will. Deshalb ist ein Feststieg bei BCG keine Entscheidung, an die du dich für immer bindest, sondern eine echte Chance. Nochmal schnell Master machen? Klar. Kinderwunsch? Nimm dir Zeit. Du willst Bienen züchten? Los geht's! Gestalte deine Karriere so, wie du es willst. **Welcome to the Group.** Mehr unter: festeinstieg.bcg.de



Sei leise!



Fotografie:
André Hemstedt & Tine Reimer

• Wolf Lotter erinnert in seiner Einleitung an den Film „Contact“ mit Jodie Foster aus dem Jahr 1997, in dem Außerirdische Kontakt zu uns Menschen suchen. Um uns besser zu verstehen, hören sie ab, was weltweit gesendet wird.

Ich fürchte, inzwischen tragen sie Ohrstöpsel (S. 36).

Denn mit der Entwicklung immer neuer Kommunikationsmedien ist aus dem Grundrauschen ohrenbetäubender Lärm geworden. Wer sich da noch bemerkbar machen will, braucht entweder bundesweite Schüler-Solidarität oder eine richtig gute Idee. Ersteres ist schwierig, das Zweite auch. Und daran ändern auch die vielen neuen Kanäle nichts.

Dass heute jeder Konzern ganz direkt und unmittelbar mit Kunden, aber auch Kritikern und Gegnern Kontakt aufnehmen kann, verlangt zuallererst, dass er das ABC der neuen Kommunikation beherrscht. Von den Ölkonzernen kann man das (noch) nicht behaupten. Ausgerechnet Aldi dagegen, jahrzehntelang für seine Verschlossenheit bekannt, zeigt in der Auseinandersetzung um einen Weihnachtsstern erstaunliche Virtuosität. Die erfolgreichste Kampagne des vergangenen Jahres aber haben zwei junge Frauen auf den Weg gebracht, die weder über große Etats noch große PR-Abteilungen verfügten: Ihr Kampf für die Reduzierung der Mehrwertsteuer auf Tampons war klug angesetzt – und die Botschaft hat gestimmt (S. 78, 42, 64).

Das hilft, wie jeder Werber weiß. Ist aber nicht die Regel. Und auch junge und ambitionierte Firmen verfügen häufig weder über ein nützliches Produkt noch über eine interessante Story. Maximilian Flügge hat deshalb die PR-Beratung von Start-ups inzwischen eingestellt. Das israelische Unternehmen Mixtiles, die Handyfotos auf Bildplatten bannt, geht Produktprobleme anders an: Gut 50 Prozent der Belegschaft arbeiten im Kundendienst, die Online-Dialoge auf Facebook oder Instagram sind nah am Kult (S. 48, 88).

Doch Kommunikation ist mehr als ein Verkaufsinstrument – sie ist auch unverzichtbar bei der Wandlung von Unternehmen oder der Lösung von Konflikten. Wie bringt man solche Prozesse in Gang, macht sie produktiv, hält sie am Leben? Der Umbau von Bürolandschaften in Kommunikationsflächen kann dabei helfen, ist aber nur ein Anfang, wie das Beispiel der Teambank zeigt. Und auch wenn es gelingt, ein Feuer zu entzünden, so mussten die Initiatoren von Occupy Wall Street lernen, heißt das nicht, dass es lange brennt. Wer im Gespräch bleiben will, braucht Geduld und eine hohe Frustrationstoleranz. Das wissen die Mediatoren im vom Bürgerkrieg zerrissenen Burundi genauso wie Philipp von der Wippel, der mit Projecttogether Start-ups und Konzerne an einen Tisch bringen will (S. 44, 74, 70, 92).

Geduld ist aber Mangelware in einer Welt, in der jeder sofort und ohne nachzudenken hinausschreien kann, was ihn gerade bewegt – selbst wenn nur noch Alexa zuhört (S. 82).

Vielleicht sollte, wer etwas zu sagen hat, flüstern? ■

Gabriele Fischer, Chefredakteurin
gabriele_fischer@brandeins.de

Redaktion brand eins, Friesenweg 4 (Haus 1–3), 22763 Hamburg

Titelbild:
Auszug aus einem Twitter-Dialog
zwischen einem Kunden und dem Social-
Media-Team von Dr. Oetker

- 36 Klartext**
Kommunikation bedeutet: miteinander reden – nicht gegeneinander *Von Wolf Lotter*
- 42 „Du darfst ihn Horst nennen“**
Ein Lehrstück über Social Media in Tweets, zusammengestellt von *Mischa Täubner*
- 44 Change im Dschungel**
Easycard heißt jetzt wieder Teambank. Und hat sich Lockerheit verordnet. Ein Firmenbesuch *von Hannes M. Kneissler*
- 48 „Mach mich zum Speaker!“**
Wieso ein PR-Berater keine Start-ups mehr als Kunden will, verrät er *Jessica Braun*
- 50 Kommunikation in Zahlen**
Gesammelt *von Ingo Eggert*
- 52 Der Holzfäller in dir**
Auch Authentizität will inszeniert sein. Wie, das zeigt die Modemarke Filson *Von Jessica Braun*
- 56 „Wir schulden einander vernünftige Gründe“**
Über den Wert von Toleranz in aggressiven Zeiten spricht der Politikwissenschaftler Rainer Forst *mit Peter Laudenbach*
- 60 Wahnsinns-Ideen**
Amüsante Kommunikations-Pan-nen beschreibt *Christoph Koch*
- 64 Symbol der Gerechtigkeit**
Dank einer exzellenten politischen Kampagne gibt es Tampons jetzt zum ermäßigten Steuersatz *Von Torben Müller*
- 70 Gespräch statt Gemetzel**
Ausgerechnet im von Gewalt geplagten Burundi ist ein stabiles Streitschlichter-Netz entstanden *Von Johannes Dieterich*
- 74 „Erinnerte am Ende eher an eine selbstzufriedene Sekte“**
Ein Gespräch mit dem Politologen Claus Leggewie über Aufstieg und Fall von Occupy Wall Street *Von Thomas Ramge*
- 78 Eigentlich bin ich ganz anders**
Öl-Multis geben sich neuerdings grün. Das könnte nach hinten losgehen *Von Sarah Sommer*
- 82 Alexa, willst du meine Frau werden?**
Sprachassistenten verändern unser Verhältnis zur Technik dramatisch, prophezeit der Experte James Vlahos *Anabelle Körbel*
- 88 Autsch!**
Für Mixtiles ist Service nicht lästige Pflicht, sondern Kern-geschäft. Besucht hat die israelische Firma *Mareike Enghusen*
- 92 Partnerschaftsanbahnung**
Konzerne haben das Geld, Initiativen die Ideen. Ein junger Mann bringt beide zusammen *Von Johannes Böhme*
- 96 Einfach mal die Klappe halten**
Mancher, der sich in Schweigen hüllt, wirkt erst recht interessant. Stille Künstler, vorgestellt *von Peter Laudenbach*



Einstieg

- 3 Editorial
- 6 **Mikroökonomie:**
Ein Berater in Kenia
- 8 **Die Welt in Zahlen**
- 10 **Markenkolumne:**
Der Eichelmann
- 12 **Das geht:** Lass es kratzen – Paperlike
- 14 **Wirtschaftsgeschichte:**
Mary Pickford und der Oscar

Was Wirtschaft treibt

- 16 **Ein bisschen kurzsichtig**
Mister Spex wollte das Geschäft mit Brillen digitalisieren. Um festzustellen: Ohne Läden läuft es nicht *Von Nils Wischmeyer*
- 24 **Schneller Geld vom Fiskus zurück**
Das verspricht die Steuer-App von Taxfix. Das Geschäftsmodell des Geldinstituts analysieren *Patrick Stähler und Jan Evers*

- 26 **Schöne neue Welten**
Virtual Reality gilt oft noch als Spielerei. Dabei beginnt die Technik bereits die Arbeitswelt zu verändern *Von Steffan Heuer*

Was Menschen bewegt

- 102 **Auf dünnem Eis**
Bald findet im Erzgebirge die Bob-WM statt – auf einer extrem gefährlichen Bahn. Für den Chef Jens Morgenstern steht sein Lebenstraum auf dem Spiel. Ein Porträt *von Markus Sehl und Mischa Täubner*





102

„Ich kann mir kaum etwas Schlimmeres vorstellen, als prominent zu sein.“

– Walter Moers, S. 96

Abbildungen

102 Windschnittig: der Rennrodler Pascal Kunze

Foto: Felix Brüggemann

64 Hartnäckig: die Aktivistinnen Nanna-Josephine Roloff und Yasemin Kotra

Foto: Jens Umbach

Ausstieg



114 Was wäre, wenn ...

... es ein soziales Pflichtjahr gäbe?
Ein Szenario von Christoph Koch

117 Prototyp: Tomate, was fehlt dir?
Von Frank Dahmann

119 Leichte Sprache: Du sollst viel machen und wenig reden.
Eine Definition von Unternehmenskommunikation übersetzt
von Holger Fröhlich

120 Leserservice und Impressum

122 Letzte Seite – Gewinnspiel



64