



Harder, Thomas/Wüthrich, Nicolas

# Marken für Menschen

Wie weiter nach dem Marken-Missverständnis

ISBN 978-3-03909-192-8

1. Auflage 2016

128 Seiten

gebunden

CHF 34,90 / EUR 29,90

### Zum Buch

Den Preis nicht wert, viel Fassade, unredliches Verhalten: Kunden sind gegenüber Marken immer misstrauischer. Als Ursache orten die Autoren Thomas Harder und Nicolas Wüthrich ein fundamentales Marken-Missverständnis: Man meint, Marken aussen durch Logo und Werbung machen zu können, während man innen bei den Leistungen spart.

Marke ist nach Marken für Menschen nicht mehr das Gleiche: Marke wird auf die Kundschaft ausgerichtetes Zentrum von Führung und Strategie, verbindet innen mit aussen. Marken für Menschen vermittelt Führungsverantwortlichen einen völlig neuen Zugang zum Potenzial ihrer Unternehmen, Institutionen sowie Standorte und lässt Marken entstehen, für die Kunden gerne zahlen.

Bahnbrechend, konzentriert, praxisorientiert.

### Die Autoren

Thomas Harder, lic. iur. RA, MBA Rochester, ist Geschäftsführer und Mitglied des Verwaltungsrates von Swiss Brand Experts. Nach seinem Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Zürich war er bei PricewaterhouseCoopers und bei Georg Fischer tätig, nach dem MBA an der University of Rochester als Mitglied der Geschäftsleitung bei Gretag Imaging. Im Jahr 2005 gründete er Swiss Brand Experts als Beratungsunternehmen für markenbasierte Unternehmens-, Strategie- und Standortentwicklung.

Nicolas Wüthrich, lic. phil., MSc LSE, BA Wirtschaftswissenschaften UZH, ist Partner und Mitglied des Verwaltungsrates von Swiss Brand Experts. Nach seinem Doppelstudium an der Universität Zürich in Betriebsökonomie und Philosophie wechselte Nicolas Wüthrich für das Doktorat an die London School of Economics and Political Science (LSE). Seit 2010 ist er bei Swiss Brand Experts im Bereich Projekte und strategische Entwicklung tätig, ab 2013 als teilhabender Partner.