

# SPIELEND FANS FÜR DIE MARKE GEWINNEN

**Wir Menschen mögen Marken! Wir outen uns als Fan einer Marke, wenn diese uns ein gutes Gefühl gibt. Wir identifizieren uns mit den Werten, welche unsere Lieblingsmarke, unser Love-Brand, transportiert. Ja wir schmücken uns sogar mit dem Ruhm, den die Marke umgibt. Wir empfehlen «unsere» Marke weiter.**

Als Fan verzeihen wir gerne auch mal einen Fehler oder ein Missgeschick. Als Kunde oder unmotivierter Mitarbeitender wohl kaum - wir wechseln die Marke oder den Arbeitgeber. Fans sind somit das wichtige Lebenselixier einer Marke und eines Unternehmens.

Frage dich mal selbst:

- Wovon bist du Fan und warum?
- Unter welchen Voraussetzungen wirst du zum Fan einer Marke?
- Bist du Fan deines eigenen Unternehmens oder Arbeitgebers?

Unternehmer\*innen müssen sich heute der Herausforderung stellen, wie sie ihr Unternehmen so positionieren können, dass es den Mitarbeitenden wie auch den Kunden leicht fällt, ein echter Fan zu werden. Erlebnisse und Emotionen verbinden Menschen mit meiner Marke.

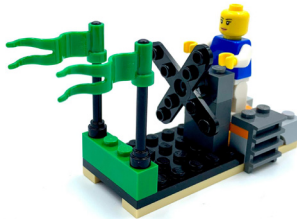


**Permanente Selbstreflexion und ein gut gefüllter Methodenrucksack mit spannenden Tools - clever kommuniziert.**

Kann ich diese Erwartungen erfüllen? Erhalten meine Fans ein klares «Warum» für meine Marke?

## Spielend Lösungen entwickeln

«Menschen hören nicht auf zu spielen, weil sie alt werden - sie werden alt, weil sie aufhören zu spielen.» Zu dieser Erkenntnis gelangte der amerikanische Arzt und Essayist, Oliver Wendell Holmes Senior bereits vor mehr als 100 Jahren. Heute bewundern wir an unseren Kindern, was wir als Erwachsene schon längst verloren haben: gemeinsam spielerisch Lösungen erarbeiten.



**Anstatt sich wie eine Fahne im Wind zu bewegen empfehle ich selbst der Antrieb der eigene Marke zu sein.**

Wir sind gezwungen, immer schneller auf Veränderungen zu reagieren. Um mit diesem Tempo mithalten zu können, sind schnelle, brauchbare Handlungen gefragt. Und dabei wird der Playful Business Ansatz immer wichtiger. Menschen die spielen, lernen mehr voneinander - auch bei seriösen Themen. Kommunikative Missverständnisse können so ausgeschlossen werden.

Im Rahmen meiner Beratungs- und Coachingarbeit sowie in der Projekt- abwicklung setze ich zur optimalen Zielerreichung auf spielerische Methoden, welche es allen Teilnehmenden erlaubt, in kurzer Zeit zu einem nachhaltigen Ergebnis zu gelangen.

## LEGO®, PLAYMOBIL® und Co.

Als ausgebildeter Facilitator der Methoden LEGO® Serious Play® und PLAYMOBIL® pro sowie durch den Einsatz der Brain2Business™ Tools erreiche ich es, gemeinsam mit den Menschen die Essenz der Ideen in einem Unternehmen auf den Tisch zu bringen. Dabei wird ein gemeinsames Verständnis für ein komplexes Thema entwickelt und passende Lösungen erarbeitet. Durch das gemeinsame Erarbeiten finden sich alle Beteiligten in den Massnahmen wieder und tragen diese motiviert in der Umsetzung mit. Dabei werden sie selbst zu Fans des Arbeitgebers.

## Marken brauchen Fans

Als Inhaber der marketing maker GmbH setze ich die Marke an erster Stelle, denn von dieser werden alle Massnahmen abgeleitet. Mit spielerischen Methoden zu einer nachhaltige Basis, um Fans von Marken und Unternehmen zu generieren - und dabei richtig gutes Marketing zu machen.

**marketing maker GmbH**  
Christian Portmann

Beckenriederstrasse 26  
6374 Buochs  
Tel. 041 610 07 07  
[www.marketingmaker.ch](http://www.marketingmaker.ch)  
[info@marketingmaker.ch](mailto:info@marketingmaker.ch)

**«Erst in der Reduktion kann eine Marke seine maximale Wirkung entfalten.»**

