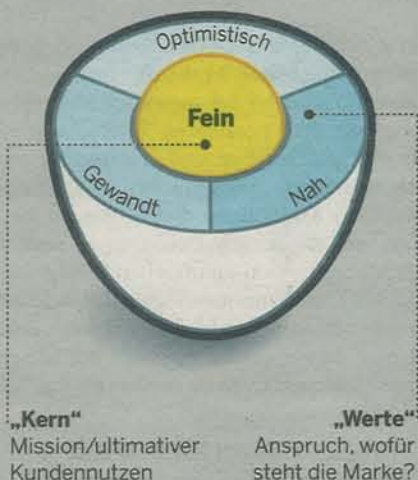


Mensch, Marke!**Menschenfreund
Florian Langenscheidt**

Von Jon Christoph Berndt



Das Marken-Ei von Florian Langenscheidt: Der Markenkern wird bestätigt durch die Markenwerte.

Möchten Sie gern Philanthrop sein? Bei der Frage nach der Bedeutung müssten etwa 100 Prozent der Kandidaten den Telefonjoker ziehen. Dabei geht es einfach auf Deutsch: Der P. ist ein Menschenfreund und tut den Seinen Gutes. Dieser Tage habe ich einen erlebt: Dr. Florian Langenscheidt, den Mann mit dem großen Namen, den Kolumnen und TV-Moderationen, den Büchern über Menschen und Gefühle, den Taten für benachteiligte Kinder ... Wir saßen lange beim Gala-Diner zusammen, als wir ihn von der German Speakers Association für seine Lebensleistung in die „Hall of Fame“ aufgenommen haben.

Bereits nach dem Amuse Bouche meint Langenscheidt, er sei ein P. Da bin ich immer schnell in Hab-Acht-Stellung: tönt irgendwie gut, kann jeder sagen, und der Gegenüber sperrt dann entwandert Mund und Nase auf – „aha!“ Zwischen Lachstatar und Filet de Boeuf au Poivre Vert schlägt dann die Stunde der Wahrheit: Ist der wirklich ein P.? Woran macht man das fest? Oft habe ich ihn aus der Ferne erlebt; immer vorn dabei, immer rhetorisch geschliffen, immer wie aus dem Ei gepellt. Ich gebe zu, ich hatte so meine Bedenken. Nach dem karamellisierten Kompott von der Walderdbeere spüre ich dann (und spüren ist viel besser als wissen): Der L. ist wirklich ein P.

Mir tat der Abend mit Florian Langenscheidt gut, und so sollte es mit einem Menschenfreund sein. Wenn Sie mich fragen, wie Sie auch einer werden – ich weiß es nicht. Aber es gibt sicherlich zwei Leitplanken: Zum einen ist es wesentlich, dass Sie Ihre Welt mit Sinn, Gehalt und vor allem Taten bereichern. Zum anderen, und das ist mein Credo als Markenmensch, sollten Ihr Selbstbild (im besten Fall: „Ich bin ein Menschenfreund“) und Ihr Fremdbild (im schlimmsten Fall „Der ist ein selbstherrlicher Korinthenkacker“) im größtmöglichen Einklang miteinander stehen. Sonst wird es nichts, weder mit dem P. noch mit sonstigen positiven Selbstbezeichnungen.

Lassen Sie mich gern spüren, ob Sie auch das sind, was Sie vorgeben zu sein. Und, verzagen Sie nicht auf dem Weg zum P.: Nahrung am Wegesrand verspricht im Oktober Florian Langenscheidts „Wörterbuch des Optimisten“.

Kolumnist Jon Christoph Berndt, 39, ist Inhaber der Markenberatung brandamazing: Er entwickelt Marken für Unternehmen und Produkte, und mit Human Branding gibt er auch Menschen ein eindeutiges Profil.

menschmarke@handelsblatt.com

MBA**Im Land
School of
führende**

Ein Gebäude mit Botschaft

Stühle, insgesamt und Lindgrün, weiße Tische und zählige, offen ein- und in ruhigen Ecken – wegian School of Manager zum Gespräch sucht, wird Denn die Architektur des Gebäudes ist Programm. den Dialog“, erklärt BI-Colbjørnsen. „Nur so er- Transparenz, Offenheit und tion stehen aber auch für ein Lebensgefühl mit seiner Konsenskultur.

Bereits 1943 gründete Øien das BI (Bedriftsøkon. Heute ist die Schule die Universität Norwegens. 8 studieren allein auf dem Insgesamt sind es 18000 der Uni sind die 17 Bachelor in norwegischer Sprache acht englischsprachige Master of Science und s- den-Programme. Für T- Berufserfahrung gibt es e- Vollzeit-MBA-Programme cutive-MBA-Programme.

„Wir positionieren un- nale Business School n- schem Touch“, sagt BI- jørnsen. Die Stärke der Nähe zur Praxis, aber au- schung werde viel Wert, die meisten Professoren- sche Ausbildung an füh- absolviert. Bereits 1999 w- von Equis akkreditiert.

Seit 1990 gibt es den V- jährlich 25 bis 30 Teilneh- len keine großen Klassen, Wert auf einen stark inte- richt legen“, erklärt Pål E- der MBA-Programme. grundsätzlich mit erst- schluss, sind durchschnitt-