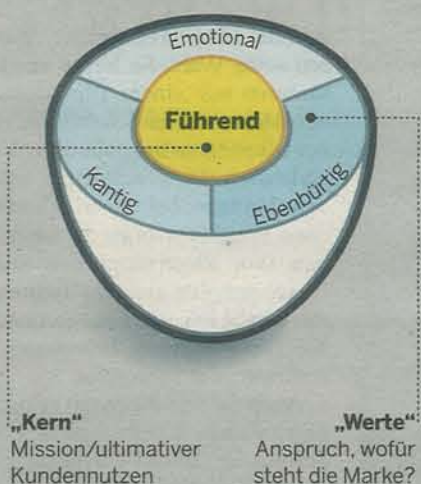


Mensch, Marke!**Alphatier
Fredmund Malik**

Von Jon Christoph Berndt



**Das Marken-Ei von Fredmund Malik:
Der Markenkern wird bestätigt durch
die Markenwerte.**

Wissen Sie, was Kybernetik ist? Macht nichts! Bedeutsam ist vielmehr, dass man etwas aus dieser Wissenschaft von der Funktion komplexer Systeme macht. Das sagen und tun der legendäre Dr. Fredmund Malik und seine 300 Kollegen am Management Zentrum St. Gallen: Sie beschäftigen sich mit den Menschen und ihren Organisationsstrukturen. Dieser Tage beschäftigte sich Malik in Salzburg zwei Stunden lang mit mir und ich mich mit ihm. Beim Frühstück, nach der langen Nacht anlässlich seiner Aufnahme in die Hall of Fame der German Speakers Association. Sein Fahrer musste warten, und ich nahm den nächsten Zug.

Kennen Sie den Schiss vor großen Tieren? Vor dem Chef, vor dem Verbandspräsidenten, vor dem Bürgermeister? Oh, ein Alphatier, da musst du strammstehen, besonders gerade sitzen, distinktiert parlieren! Blödsinn!

In München, an meiner systemischen Basis, sind die Miroslav Kloses, Veronika Ferreses, Regine Sixts dieser Welt froh, wenn sich jemand einfach so und ganz natürlich mit ihnen unterhält. Und ich kann Ihnen versichern: Fredmund Malik beißt in seine Salamisemmel wie du und ich. Dabei kommen wir richtig schön ins Plaudern: „Ich bin eine Marke“, sagt er; muss er auch sein. „Wenn ich scheitere, bekomme ich keine zweite Chance“; so ist das halt bei Alphatieren, die sich exponieren. „Dem Schrempf habe ich gleich gesagt, dass das mit Chrysler nichts wird“; das nehme ich ihm ab. „In den Bergen mag ich die Felsen anfassen, den Frühling riechen und die Kälte spüren“; das bringt mir Fredmund Maliks andere Seite nahe, genauso wie die Jugendgeschichten vom Stromgitarre spielen und den Mädels im vorarlbergischen Lustenau. Außerdem, hört, hört, ist er ein echter Spätzünder – Studienbeginn mit 24!

Dr. Fredmund Malik ist ab heute Ihr Erlaubnisgeber: Keine Angst vor großen Tieren! Denken Sie bei Ihrem Chef, beim Verbandspräsidenten, beim Bürgermeister daran, dass der froh ist, wenn da einer mal so normal ist wie Sie. Außerdem, kleines Geheimnis: Auch einem Malik gelingt nicht alles – auf den Mount McKinley muss er noch mal rauf, den hat er beim ersten Mal nicht ganz geschafft. Menschlich, oder?

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

Jahr leitet, hat dem AMP philosophische Grundla „Wir fokussieren zwar auf men, aber mit dem Blick schaft als Ganzes“, erklärt auch das Thema Leaders tige Rolle. Um ihren eigen zu optimieren, absolvier mer auch psychologische sprechen die Ergebnisse r „Ich verstehe mein Verha ser“, resümiert AMP-Teiln

Die Selbstreflexion war Hofferbert-Junge sehr wie gerin aus der Abteilung K Deutschen Telekom besu das AMP an der britischen ness School. „Es hat viel ge Zeit dafür zu haben, darüb ken, wo ich stehe und wo i werden kann“, sagt die 43-

Vor dem Seminar muss fachliche und persönlich bei ihren Vorgesetzten, Kol den einholen. Das Ergebnis ten 360-Grad-Feedbacks während des Programms b beim Coaching in einer G weils fünf Seminarteilneh Einzelgespräch vertieft.

Aber auch die Vermittlu tem Managementwissen w rungskraft wichtig. „Ich ha sches Fundament bekom meiner Aufgaben besser z sagt die Mathematikerin.

Man versuche eine Bal allgemeinen Managem um dem Leadership-Aspe klärt Stefan Wills, Proj beim AMP in Ashridge. M ten auch das funktionale F ihre Glaubwürdigkeit im zu sichern.

besteht der Kurs zu j aus der Vermittlung der w nagement-Werkzeuge un adersetzung mit dem eige verhalten sowie der Integra reiche.

**Insead-Pr
über neue**

**Sie leiten seit acht Jahr
ced Management Prog
Insead. Was hat sich ve
Früher war das Program
Executive MBA, in dem r
tigiten Funktionen eines
wie Finanzierung, Marke
gie lernt. Heute bieten w
mern zwar auch dieses M
Wissen, aber im Vorderg
Teamarbeit, Leadership
xion sowie das Umfeld, i
nehmen agieren.**

**Die Inhalte sind also un
Der Blickwinkel hat sich
vermitteln den Teilnehm
sie ihre Funktion – also z
ihre Marketingabteilung
üben, sondern wie sie ih
ihre Geschäftseinheit od
lung führen können. Daz
das jeweilige Umfeld zu v
passiert um das Unterne
makroökonomisch, polit
und natürlich auch globa
tieren die Manager natür
internationalen Teilnehm
nagern aus über 30 Nati
viel über kulturelle Unter**