

MARKETING 2009 / 19. JAHRGANG

HERAUSGEBER Roland Köhler**REDAKTION** Vera Hermes, Hamburg**VERLAG** KünzlerBachmann Medien AG, St.Gallen, www.kbmedien.ch**VERLAGSMARKETING** Kerstin Oehmichen**VERLAGSSEKRETARIAT** Claudia Rechsteiner**ANZEIGENVERKAUFSLEITUNG** Urs Dick**ANZEIGENVERKAUF** Karin Bähler, Christa Aures, André Schölller**PRODUKTIONSLEITUNG** Agentur Graf, St.Gallen**GESTALTUNG** VITAMIN2 AG, St.Gallen, www.vitamin2.ch**GESTALTUNG COVER** Nico Bucci, www.packthis.ch**LITHO** Seelitho AG, Stachen, www.seelitho.ch**PAPIER** PlanoArt 115 gm², produziert bei M-real Biberist, erhältlich in der Schweiz bei Sihl+Eika Papier AG**DRUCK** RDV, Rheintaler Druckerei und Verlag AG, Berneck, www.rdv.ch**BUCHBESTELLUNG** KünzlerBachmann Medien AG, St.Gallen, 071 226 92 92, info@kbmedien.ch**RECHTE** Copyrights by KünzlerBachmann Medien AG.

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers.

**ZUR CHEFREDAKTORIN****VERA HERMES** ChefredaktorinWas dieses Editorial eigentlich mit dem Inhalt des Buches zu tun hat?
Marken mit Magie werden es im Neuland einfacher haben!

Foto: Andreas Wemheuer

Neuland!

Die Welt durchläuft eine atemberaubende Wirtschaftsentwicklung: 1,3 Milliarden Chinesen und 1,15 Milliarden Inder sind – zumindest in Teilen – auf dem Weg zu mehr Wohlstand. Im Jahr 2015 werden in China rund 29 Prozent aller Luxusgüter dieser Welt konsumiert, schätzen Experten. Ob die Goldküstenbewohner dann auf der Zürcher Bahnhofstrasse noch Prada-Taschen bekommen? Die Schweizer Armee hat ihren Auftrag über 75 000 Soldatenmesser weltweit ausgeschrieben. Ob sich dies die letztlich siegreiche Schweizer Traditionsmarke Victorinox mal hat träumen lassen? Der indische Automobilhersteller Tata Motors kauft die britischen Marken-Ikonen Jaguar und Land Rover. Ob sich das die alten Kolonialherren wohl hätten vorstellen können? Tata Motors baut mit dem 1700-Euro-Auto «Nano» das günstigste Auto der Welt. Ob die Ingenieurskünstler von Mercedes-Benz damit gerechnet haben? China, mittlerweile die grösste Internet-Community der Welt, ist auf dem besten Wege nach den USA Rang zwei der weltweit wichtigsten Werbemärkte zu besetzen. Ob die internationalen Werbe-Networks darauf schon eingestellt sind?

Die Welt wird ein Stück gleicher: Die Quizshow «Wer wird Millionär» sehen mittlerweile Menschen in über 100 Ländern. McDonald's servierte im vergangenen Jahr 927 Millionen Gästen in 1302 Restaurants rund um den Globus exakt identisches Essen. Im Nestlé Forschungszentrum bei Lausanne betreiben 650 Experten aus mehr als 30 Nationen gemeinsam Ernährungsgrundlagenforschung. Der US-Präsidentenskandidat Barack Obama schafft sich als YouTube-Star mit millionenfach aus dem Web heruntergeladenen Videos eine internationale Fan-Gemeinde.

Die Welt rückt zusammen: Wenn die Europäer auf Biodiesel setzen, werden in Mexiko die Tortillas teurer und wenn US-Banken Immobilienkredite an Jedermann vergeben, schießt weltweit der Goldpreis in die Höhe. Und jeder kann sich mit nahezu jedem darüber im Internet austauschen. Politik, Wirtschaft, Umwelt, Kommunikation sind hochgradig vernetzt. Die Welt von heute ist Neuland: für diejenigen, die den Weg in ein sozial- und umweltverträgliches Wirtschaftswachstum finden müssen, und für diejenigen, denen dadurch neue Wettbewerber – und neue Märkte! – entstehen.