

brandtrust

# Pressespiegel

24. November 2008

1 Schlagzeile



**CLIP Mediaservice GmbH**

Taubstummengasse 4 A-1040 Wien  
Tel +43(1) 503 25 35 Fax +43(1) 503 25 35-20  
[www.clip.at](http://www.clip.at) [kundencenter@clip.at](mailto:kundencenter@clip.at)

# Inhaltsverzeichnis

**Obama, die 2.**

Quelle: Wirtschaftsblatt 24.11.2008 Seite 23  
brand:trust

Seite 3

Thema: brand:trust

Autor: Klaus-Dieter Koch

## MARKEN



## PRAXIS

### Obama, die 2.

Das Phänomen Obama begeistert die Marketing-Community weltweit. Als Ergebnis werden wir in den nächsten Wahlkämpfen mit unendlich vielen Pseudo-Obama-Kampagnen genervt werden. Wie so oft wird hemmungslos kopiert werden, anstatt zu kopieren. Ein nahezu unbekannter Senator aus Illinois wurde in kürzester Zeit zu einer globalen Marke. Es gibt viele Ursachen für diesen unglaublichen Erfolg. Aus Markensicht hat sich trotz allem Geld und aller raffinierter Kommunikationstricks eine Technik als besonders einflussreich herausgestellt. Was erwarten die Menschen von ihren Politikern? Haltung, Rückgrat, Berechenbarkeit. Dass sie dazu stehen, was sie sagen und nicht ihr Fähnlein andauernd

nach dem Wind drehen. Das hat Obama wie kein Zweiter geschafft. Er und sein kongenialer Kampagnenchef hatten den Mut, sich auf nur ein einziges Wort zu konzentrieren, es immer wieder zu reproduzieren und zu verdichten: „Change“ war auch das Wort, das Obama in seiner „Victory Speech“ in Chicago in den Mittelpunkt stellte; das Wort, mit dem er jede Maßnahme, jedes Versprechen und auch jede Warnung verknüpfte. An dieser Kommunikationsleistung habe ich vor sechs Monaten in dieser Kolumne meine Prognose festgemacht, dass Obama nicht nur den Vorwahlkampf gewinnen wird, sondern auch die Präsidentschaft.



**Klaus-Dieter Koch**  
Der Autor ist Markenstrategieberater und Gründer von Brand:Trust