

Die Welt des erfolgreichen Marketings - nur 200 Jahre zuvor

Friedrich Schiller beweist es: Bereits vor über 200 Jahren war PR das A und O, um innerhalb kürzester Zeit weltweite Erfolge feiern zu können. Man stelle sich vor, er hätte sich nach dem phänomenalen Erfolg seines Dramendebüts "Die Räuber" auf den verdienten Lorbeeren ausgeruht. Dann wäre der Name Friedrich Schiller heute wohl nur noch Schall und Rauch, den einzig Experten zu schätzen wissen. Doch stattdessen gehören seine Werke an den Schulen zur Pflichtlektüre und Theaterbesucher wissen seine Bühnenstücke nach wie vor zuerst zu schätzen. Wie dem ehemaligen Militärarzt solch eine Wirkung gelang - dies kann man in "Die Schiller-Strategie" nachlesen. Die Autoren Eva Wodarz-Eichner und Karsten Eichner legen darin die 33 Erfolgsgeheimnisse des Klassikers offen.

Viel hilft viel - so lautete wohl einst das Marketing-Motto des größten deutschen Dramatikers. Diesen Leitspruch sollte man sich auch heutzutage zu Herzen nehmen, denn auch im 21. Jahrhundert gilt das, was um 1800 von Selbstverständlichkeit war: Die richtige Präsentation ist alles! Pro Erfolgsgeheimnis steht dem Leser ein Kapitel zur Verfügung, in dem er weitaus mehr erfährt als Einzelheiten zu Schillers Methode, den eigenen Ruhm schnellstmöglich zu vermehren. Bezüge von damals zu heute legen dar, dass Schillers PR-Maßnahmen ähnlich zeitlos sind wie seine literarischen Werke. Man muss dafür nur fünf Schritte beachten:

1. Visionen entwickeln - und diese umsetzen, 2. Erfahrungen sammeln, indem man auf eine gute Ausbildung achtgibt, die eigenen Stärken erkennt und die Grenzen auslotet, 3. mit Rückschlüssen umgehen - und dabei auch selbstkritisch sein, 4. Freunde finden, Netzwerke knüpfen - heutzutage heißen diese Facebook, Twitter und Myspace - und 5. strategisch ans Ziel kommen, wo Planung das Wichtigste ist.

Literaturinteressierte und PR-Experten wird mit "Die Schiller-Strategie" nun endlich ein Buch präsentiert, das hohe Literatur mit der grauen Theorie des Marketings auf amüsante Art und Weise zu verbinden weiß und dabei für kurzweilige Unterhaltung sorgt. Das Autorenpaar Eva Wodarz-Eichner und Karsten Eichner schafft mit ihrem Sinn des feinen Humors und einem ungezwungenen Plauderton ein gelungenes Beispiel, dass Public Relations nicht nur für Profis ein durchaus interessantes Betätigungsfeld ist. Auch Laien werden diesem Buch den Mehrwert nicht absprechen, denn sie können mit "Die Schiller-Strategie" nur gewinnen. Lernt man hier doch alles, was man über Management und den Menschen Friedrich Schiller wissen muss.

Susann Fleischer 07.03.2011

Quelle: www.literaturmarkt.info