

## Mit „Trojanern“ den Kunden ansprechen



Bücher zum Thema Marketing gibt es ja zuhauf. Trotzdem wagte es das Autorenduo Roman Anlangner und Wolfgang Engel (von links), beide von der Fachhochschule des bfi Wien: Sie schrieben ein Buch über „Trojanisches Marketing“ (Haufe Verlag). Denn wie beim Trojanischen Pferd geht es um List und darum, den Kunden mit Witz und Verve zu überzeugen. Wie Gerhard Schwab (3. v. li.) bei der Buchpräsentation darlegte:

Als Geschäftsführer für Marketing & Consumer Mittel-Ost-Europa lässt er immer wieder mit Hochdruck reinigen – so die steinernen Präsidenten vom Mount Rushmore – was Image und Geschäft in den USA guttat. Oder Clemens Bauer, Verkaufs- und Marketing Direktor bei 3M: Das vielleicht berühmteste Produkt von 3M, die Post-its, eignen sich aufgrund ihrer vielfältigen Anwendungen auch als „Trojaner“. *F.: Fischer*