

**Buchveröffentlichung am 18.02.2021: „How to kill your brand – Das innere Kind als Erfolgsgrundlage für emotionale Marken und Kommunikation“**

**Online-Lesung mit Diskussion am 17.02.2021 um 18 Uhr**

Köln, 15. Februar 2021 – Am 18. Februar 2021 erscheint im Haufe-Verlag das Buch der drei september-Geschäftsführer Markus Küppers, Carmen Schenkel und Oliver Spitzer mit dem Titel „How to kill your brand – Das innere Kind als Erfolgsgrundlage für emotionale Marken und Kommunikation“. Basierend auf Forschungsergebnissen und anhand von Kampagnenbeispielen argumentieren die Autoren, dass Marken dann erfolgreich sind, wenn es ihnen gelingt, das innere Kind ihrer Käufer zu erkennen, anzusprechen und – im übertragenen Sinn – zu fesseln. Interessierte können an der Online-Lesung am 17. Februar 2021 um 18 Uhr teilnehmen, mail genügt: [anmeldung@september-online.com](mailto:anmeldung@september-online.com)

Leser erfahren praxisnah und theoretisch fundiert, warum wir alle wie eine Matroschka funktionieren, und warum gerade der von vielen Schichten umgebene Kern, das innere Kind, so mächtig ist. Für Marken lohnt es sich, die Bedürfnisse des inneren Kindes nicht nur zu berücksichtigen, sondern konsequent in den Mittelpunkt ihrer Kommunikation zu stellen. Gestützt durch zahlreiche Beispiele aus der Forschungs- und Beratungspraxis der drei Autoren wird erklärt, wie sich komplexe Marketing-Herausforderungen in handhabbare Aufgabenstellungen verwandeln lassen, sobald man sie konsequent aus Sicht des inneren Kindes betrachtet. Die Beispiele stammen aus ganz unterschiedlichen Branchen: von Coca-Cola und Fisherman's Friend über Lufthansa bis hin zu Bosch und Commerzbank.

Autor und september-Geschäftsführer Markus Küppers sagt, nicht ohne Augenzwinkern: „Unser Buch ist ein lehrreiches und gleichzeitig unterhaltsames Depot für Marketer, die sich dafür interessieren, warum zu viel Transparenz einer Marke schaden kann, welche verborgenen Sehnsüchte Installateure teilen, und warum weinende Kinder in der Kita einen größeren Lerneffekt auf spätabholende Eltern haben als saftige Geldstrafen.“

Das Institut september Strategie & Forschung setzt auf die Kombination aus tiefenpsychologischer Forschung und modernster biometrischer Emotionsmessung, kombiniert: Emotionsforschung, weil sie die besten Methoden sind das innere Kind sichtbar zu machen und Marketern wirkungsvolle Tools an die Hand zu geben. Das Buch ist ein Plädoyer für emotional relevante Markenführung und Kommunikation. Getreu dem Motto „Fight for your inner child“ dient es zum einen als Anleitung, wie sich das innere Kind im Verbraucher idealerweise erkennen und ansprechen lässt. Gleichzeitig ist es aber auch ein Aufruf an die Marketing-Branche, sich auf das zu besinnen, was zählt. „How to kill your brand“ präsentiert mit der Matroschka ein konkretes, anfassbares Konsumentenmodell mit zahlreichen Implikationen für das Verständnis von Marken und ihren Positionierungen.

Die drei Autoren (v.l.n.r.) Markus Küppers, Carmen Schenkel und Oliver Spitzer sind die geschäftsführenden Gesellschafter der september Strategie & Forschung GmbH in Köln. Alle drei haben sich nicht nur mit Leib und Seele der Marktforschung verschrieben, sie sind auch profilierte Markenberater mit Präsenz auf Vortragsbühnen, Seminaren sowie Rundfunk und TV. Als Zeichen der Verinnerlichung der Mission „Inneres Kind“ haben sich alle drei zum Anlass dieses Buches jeweils eine individuelle Matroschka tätowieren lassen.

**september Strategie & Forschung GmbH**

Als Spezialist für beratende Marktforschung verfolgt september seit 2008 das Ziel, die unbewussten Motive und Emotionen von Konsumenten zu ergründen. Die Emotionsmessung weist nicht nur Aktivierung oder Basis-Emotionen aus, sondern liefert KPI zu marketing-relevanten Parametern wie Attraktion, Relevanz, Sympathie, Nähe, Vertrauen, Stress und Skepsis. Gepaart mit tiefenpsychologischen Interviews können so im Interesse der Kunden deutlich tiefere, nicht abfragbare Einsichten abgeleitet werden.

**Kontakt:** Cordelia Wagner | Unternehmenskommunikation | [presse@september-online.com](mailto:presse@september-online.com) | +49 221 933 177 0