

Covid-19 als Katalysator agiler Markenführung

»Gerade in unsicheren Zeiten können und sollen Marken zu Vorbildern und Leuchttürmen werden. Das geht allerdings nur, wenn Flexibilität und Kontinuität fein austariert sind.«, sagt Dr. Matthias Hüsgen.

Wie die aktuelle Krise als Katalysator einer »ambidextren Markenführung« wirkt und welche Best Practices es in dem Bereich schon gibt, erfahren Sie hier im Beitrag (W&V+, Abonnement notwendig).