

Zürich & Region



Olivia El Sayed Die Expertin berät Unternehmen, die ihre Marken stärken wollen, und sagt, dass Apple vieles richtig mache. 20



«Apple hat vieles richtig gemacht»

Olivia El Sayed beschäftigt sich mit Marken. Erst Glaubwürdigkeit mache eine solche stark, sagt sie. Der letzte Markenartikel, den sie gekauft hat, war eine Tube Zahnpasta.

Mit Olivia El Sayed sprach Peter Aeschlimann

Wie viel von H & M tragen Sie heute?
Gar nichts.

Aus Prinzip?
In meinem Kleiderschrank finden sich Sachen von H & M und Zara. Überbleibsel von früher, heute kaufe ich da nicht mehr ein.

Wo kaufen Sie Kleider in Zürich?
Tolle Läden sind Waldraud, Dings oder Little Black Dress - die Preise sind zwar höher. Wer es sich aber leisten kann, sollte auf Nachhaltigkeit und Fairness achten.

Mit schmalem Budget ist man entschuldigt?
Eher.

Welchen Markenartikel haben Sie sich zuletzt geleistet?
Eine Tube Elmex.

Sie sind Markenexpertin, wer braucht Sie?
Unsere Agentur Branders berät Unternehmen, die ihre Marke stärken wollen.

Wie stärkt man eine Marke?
Indem man kontinuierlich daran arbeitet. Eine Marke soll erlebbar sein, und ganz wichtig: glaubwürdig. Als Dienstleister reichen einige freundliche Worte im Internet nicht. Die Mitarbeiter müssen diese Freundlichkeit leben.

Wer hätte eine Beratung nötig?
Alle, die Websites mit Schreibfehlern betreiben. Das geht gar nicht. Ich würde zu niemandem gehen, der schon beim Auftritt im Internet schlampft, egal ob Arzt, Anwalt oder Coiffeur.

In «No Logo» kritisierte Naomi Klein den «Markenwahn», Sie sprechen bei einer Marke von einem «Gesamtkunstwerk». Wer hat recht?
Marken stiften Identität, das lässt sich nicht wegdiskutieren. Dennoch hat es ein ausgereifter Charakter natürlich nicht nötig, sich hinter einer Marke zu verstecken. Sich über Statussymbole zu definieren, ist ein Armutzeugnis.



Olivia El Sayed berät Unternehmen, die ihre Marke stärken wollen. Foto: Sophie Stieger

Was fasziniert Sie an einer Marke?
Nehmen wir das Beispiel Apple. Man muss der Firma nicht hörig sein. Aber ist es nicht unglaublich, dass man heute alle Anhänger dieser Marke an ihren weissen Kopfhörern erkennt? Apple macht sehr vieles richtig.

Wie überrascht man heute als Brand?
Ganz einfach: indem man seine Versprechen einhält. Also pünktlich ist und preisgünstiger als die Konkurrenz.

Wie wurden Sie Markenexpertin?
Ich habe in der Ausbildung PR für ein Musiklabel in Deutschland gemacht, später Deutsch und Französisch studiert. Seit ein paar Jahren schreibe ich nun für The Brander Reportagen über Marken und deren Macher - bei mir was also ein Learning-by-Doing-Prozess.

Ist das Ihr Traumberuf?
Bei der Arbeit für The Brander treffe ich Leute, die den Schritt gewagt haben, etwas Eigenes zu schaffen.

Haben Sie das auch vor?
Jeder macht sich doch diese Gedanken: das Hobby zum Beruf machen, ein brachliegendes Talent nutzen.

Ihr Buch, welches Markengeschichten erzählt, macht sich sehr gut auf dem Couchtisch. Was lernt man aber, wenn man darin liest?
Es kann inspirieren und Mut machen, selbst etwas zu wagen. In der Schweiz ist diese Mentalität ja nicht so verbreitet. In New York hingegen versucht man sich zwei Jahre als Coiffeur, führt dann drei Jahre ein Café und gründet schliesslich eine eigene Agentur. So gesehen kann das Buch jenen einen Schub geben, die erst mit dem Gedanken spielen, etwas Neues anzufangen.

The Brander - Marken und ihre Macher. Eden Books, Berlin 2013.

Montagsinterview

Heute beginnt die Arbeitswoche. Auf der «Bellevue»-Seite startet der Montag mit einem Interview zum Arbeitsplatz.

B-Side

Wir singen «Dein unschuldiger Blick inmitten der Menschen»

Zuletzt sangen wir: «Es ist zu früh für eine neue Liebe.» Auf Englisch: «It's too soon for a new love.» Und weiter: «When you smile your eyes show your heart.» Die Band heisst Cook da Books, ihr Song «Your Eyes». Hier der nächste Song, diesmal italienisch: «Glück, das ist sich an den Händen nehmen, weit gehen, das Glück. Es ist dein unschuldiger Blick inmitten der Menschen, das Glück. Es ist einander nahe sein wie Kinder, das Glück.» (pa)

Grosse Fragen **Wie wann wird es endlich wieder einmal Frühling?**

Ein Bild, tausend Fragen - sagen wir drei. Also:
a) Soll sich der «Liebe Gast und Freund» zusammen mit dem Mönchhof-Team auf den Frühling 2014 freuen?
b) Oder kann der «Liebe Gast und



Freund» vom Frühling 2013 einfach nicht genug kriegen, und das Mönchhof-Team zieht ihn ihm zuliebe deshalb gleich in den Herbst weiter?
c) Oder tragischer: Ging der Tafel-Kalligraf des Mönchhofs am 3. Mai Zigaretten holen und wird seither vermisst? Das fragt Leser R. P., von dem dieses Foto stammt. Besten Dank dafür. Aufgenommen wurde es am 30. Juni 2013. (reu)

Das Rezept Sommer-Toast mit Poulet

Für 4 Personen
500 g Pouletbrüstchen, in 1,5 cm grosse Würfel geschnitten, 200 g Eierschwämmchen, geputzt, Bratbutter oder Bratcreme, 1 TL Salz, Pfeffer aus der Mühle, 2 Schalotten, gehackt, 1,5 dl Weisswein oder alkoholfreier Apfelwein, 2 dl Hühnerbouillon, 200 g Zucchini, geröstet, in Julienne geschnitten, 1,8 dl Saucenhalbrahm, 2 EL gehackter Oregano, 400 g Brot, in Scheiben geschnitten, 1 Knoblauchzehe, halbiert.

Erst Fleisch, dann Eierschwämmchen portionweise in Bratbutter anbraten, würzen, herausnehmen. Schalotten in Bratbutter andämpfen. Mit Wein und Bouillon ablöschen, auf die Hälfte einkochen. Zucchini und Saucenrahm dazugeben, aufkochen. Poulet, Pilze und Oregano beifügen, nur noch heiss werden lassen. Brot auf ein Backblech verteilen. In der oberen Hälfte des auf 250 °C vorgeheizten Ofens 5-8 Minuten knusprig backen. Oberseite mit Knoblauch einreiben. Toastscheiben auf Tellern anrichten, Poulet-Pilz-Mischung darauf verteilen.

swissmilk
Weitere 5000 Rezepte unter www.swissmilk.ch/rezepte

Gute Nachtgeschichten Alex Flach

Der schnelle Franken prägt das Nachtleben

Auch 2013 stellen die meisten Zürcher Clubs an der Street-Parade kein eigenes Love-Mobile und verlegen sich auf das Ausrichten von Afterpartys. Am Züri-Fäscht hingegen waren selbst Nacht- lebenmacher mit eigenen Standplätzen präsent, die ihre Security normalerweise anweisen, sich die Leute an der Kordel genau anzuschauen und diese beim kleinsten Zweifel bezüglich Stilsicherheit und Lauterkeit ihrer Absichten wegzuweisen.

Da standen sie nun. All die coolen Underground-DJs wie Gleichschritt, Reto Ardour und Pablo Einzig auf der Hive-Wiese bei der Rentenanstalt oder an der Supermarket-Party in der Grauen Gasse, Auge in Auge mit verstört wirkenden 50-jährigen Damen in T-Shirts mit «Dirty Dancing»-Aufdruck und komasauenden Teenagern mit

DJ-Antoine-Käppi. Einzig an der Cityfox-Party im Rimini-Freibad waren die Hipster unter sich; kein Wunder bei 35 Franken Eintritt. Trotzdem hagelte es auf Facebook begeisterte Statusmeldungen von DJs und Veranstaltern, mit denen sie sich überschwänglich bei Zürich, bei Petrus und beim Leben überhaupt bedankten. Wofür bloss? Der Sound war wegen der Beschränkung auf 85 Dezibel nicht laut genug für Clubbing, das Publikum entsprach nur selten den ästhetischen Grundanforderungen, und obendrein wurden sie auch noch beklaut (auf der Hive-Wiese



Rolf Imhof.

wurden Stühle entwendet). DJ Rolf Imhof, beteiligt an der Grauen Gasse, sagt: «So wies aussieht, sind wir am Samstagabend um 23 Uhr draussen.» Mit «draussen» ist nichts anderes als der Break-even gemeint. Andere dürften die Gewinnschwelle gar noch früher erreicht haben, spielten doch in der Grauen Gasse mit den DJs tINI und Santé zwei Gagen-intensive Headliner, und die Soundanlage zählte zu den besseren und damit teureren am Züri-Fäscht. Es war das Geschäft des Jahres, und alle Erwartungen wurden übertroffen. So richtig identifizieren mochte man sich mit dem Züri-Fäscht, hinter vorgehaltener Hand unschmeichelhaft «Aargauermagnet» genannt, aber doch nicht: Kaum ein Standplatz war mit Transparenten behängt, die einen Hinweis darauf gegeben hätten, wel-

cher Club da am Werk war: Schön, dass die Dame im «Dirty Dancing»-Shirt und der Amriswiler mit dem DJ-Antoine-Käppi die Kassen füllen, aber dass die beiden am kommenden Wochenende plötzlich an der Clubtür auftauchen, das möchte man dann doch lieber nicht. Der schnelle Franken prägt das Nachtleben, und den kann man am Züri-Fäscht einnehmen. Mit einem Love-Mobile an der Street Parade geht das nicht, weil die Kosten dermassen hoch sind, dass man selbst dann nur knapp rauskommt, wenn man einen Platz auf dem Wagen für 200 Franken verkauft. Dass dieser wegen des Werbeeffekts eine Investition in die Zukunft des Clubs sein könnte, leuchtet den wenigsten ein. So war das Züri-Fäscht in diesem Jahr die eigentliche Street-Parade.

Teigwaren sind 5 Minuten früher al dente...
... denn mit ExtraSpeed kochen 3 Liter Wasser 28 % schneller.
ExtraSpeed Die schnellsten* HiLight-Kochfelder der Welt
*Stand Juni 2012
Miele