

DIE ABLENKUNGSFALLE

Die versteckten Tricks der Ökologie-Bremser

Kapitel 10 – Grafik 6



Bei der Marke Frosch gilt in Bezug auf die Kommunikation der Grundsatz »innen wie außen« : Nur was das Unternehmen intern tatsächlich lebt und verwirklicht, kommuniziert es als Erfolg auch nach außen. Das ist kurzfristig mit Sicherheit etwas aufwendiger, langfristig belohnt es das Unternehmen aber durch hohe Vertrauenswerte.