

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur ersten Auflage .....	9
Vorwort zur zweiten Auflage.....	10
<b>Teil I</b>	
<b>Grundlagen des Markenmanagements.....</b>	<b>13</b>
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Markenmanagement als zentraler Erfolgsfaktor in der Automobilindustrie .....</b>	<b>15</b>
<i>(Prof. Dr. Bernd Gottschalk, Präsident, VDA)</i>	
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Von der Technik zum Kunden.....</b>	<b>33</b>
<i>(Dr. Jan Dannenberg, Director, Mercer Management Consulting)</i>	
<b>Kapitel 3</b>	
<b>Kommunikation ist der Treibstoff der Markenpositionierung..</b>	<b>59</b>
<i>(Jean-Remy von Matt, Inhaber und Gründer, Jung von Matt AG)</i>	
<b>Kapitel 4</b>	
<b>Markenführung Revisited – Stellhebel eines modernen Markenmanagements .....</b>	<b>83</b>
<i>(Fabian Brandt und Dr. Andreas Spengel, Mercer Management Consulting; Simon Schnurrer)</i>	
<b>Kapitel 5</b>	
<b>Brand Challenges and Understanding the Brand Core .....</b>	<b>101</b>
<i>(Kenneth J. Roberts, Chairman and CEO, Lippincott Mercer)</i>	
<b>Kapitel 6</b>	
<b>Strategiewahl – Premium- oder Massenmarkt?.....</b>	<b>123</b>
<i>(Prof. Dr. Willi Diez, Leiter des Instituts für Automobilwirtschaft, FH Nürtingen)</i>	

## **Teil II**

**Markenführung in der Automobilindustrie..... 143**

### **Kapitel 1**

**Audi – Innovation, Technik und Design..... 145**

*(Prof. Dr. rer. nat. Martin Winterkorn, Vorsitzender des Vorstands, AUDI AG)*

### **Kapitel 2**

**BMW Group – BMW, Rolls-Royce und MINI ..... 163**

*(Torsten Müller-Ötvös, Vice President Central Marketing and Brand Management BMW, BMW Group; Ian Robertson, Chairman and CEO, Rolls-Royce Motor Cars; Dr. Kay Segler, Vice President Brand Management MINI)*

### **Kapitel 3**

**Chrysler Group – Disciplined Piazzazz:**

**Leveraging the Strengths of Two Automotive Giants ..... 203**

*(Dr. Dieter Zetsche, President and Chief Executive Officer, Chrysler Group Member of the Board of Management, DaimlerChrysler AG)*

### **Kapitel 4**

**Ford – Emotionalisierung einer großen Traditionsmarke**

**in Europa ..... 227**

*(Bernhard Mattes, Vorsitzender der Geschäftsführung, Ford-Werke GmbH; Jürgen Stackmann, Vice President Marketing, Ford of Europe; Dr. Martin Koers, Leiter einer Vertriebsregion, Ford Deutschland)*

### **Kapitel 5**

**Jaguar Cars ..... 247**

*(Mark Fields, Executive Vice President and President The Americas, Ford Motor Company)*

### **Kapitel 6**

**Maybach – Der Relaunch einer einzigartigen Traditionsmarke**

**im Markenportfolio der DaimlerChrysler AG ..... 265**

*(Klaus Nesser, CEO Maybach, SLR & Exklusivprodukte, DaimlerChrysler AG)*

### **Kapitel 7**

**Mercedes-Benz – Der Stern am Automobilhimmel ..... 293**

*(Prof. Jürgen Hubbert, ehemals Mitglied des Vorstandes, DaimlerChrysler AG)*