

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Inhaltsverzeichnis .....	VII
Autorenverzeichnis.....	IX

## Teil 1: Die Idee des Behavioral Branding

<i>Joachim Kernstock</i> Behavioral Branding als Führungsansatz .....	3
<i>Franz-Rudolf Esch</i> Markenidentität als Basis für Brand Behavior .....	35
<i>Daniel Wentzel/Torsten Tomczak</i> Ein sozialpsychologischer Erklärungsansatz von Brand Behavior .....	47
<i>Manfred Bräunl</i> BMW: Brand Behavior – Wie Verkäufer-Kunden-Interaktionen die Marke stärken.....	65

## Teil 2: Der Brand Behavior Funnel

<i>Daniel Wentzel/Torsten Tomczak/Joachim Kernstock/Tim Brexendorf/Sven Henkel</i> Der Funnel als Analyse- und Steuerungsinstrument von Brand Behavior .....	81
<i>Franz-Rudolf Esch/Alexander Fischer/Kristina Strödter</i> Interne Kommunikation zum Aufbau von Markenwissen bei den Mitarbeitern.....	101
<i>Franz-Rudolf Esch/Kerstin Hartmann/Kristina Strödter</i> Analyse und Stärkung des Markencommitment in Unternehmen .....	121
<i>Franz-Rudolf Esch/Kristina Strödter</i> Aufbau des Markencommitment in Abhängigkeit des Mitarbeiter-Marken-Fits.....	141
<i>Franz-Rudolf Esch/Alexander Fischer/Kerstin Hartmann</i> Abstrakte Markenwerte in konkretes Verhalten übersetzen .....	161
<i>Thomas Grom/Martin Seidl</i> Zurich: Embedding the Brand.....	181

**Teil 3:**

**Das Behavioral-Branding-Konzept**

*Sven Henkel/Torsten Tomczak/Joachim Kernstock/Daniel Wentzel/Tim Oliver Brexendorf*  
Das Behavioral-Branding-Konzept ..... 197

*Sven Henkel/Torsten Tomczak/Mark Heitmann/Andreas Herrmann*  
Determinanten eines erfolgreichen Behavioral Branding ..... 213

*Peter Vest/Alexander Biesalski*  
EnBW: Behavioral Branding – Energie für die Markenwertschöpfung ..... 237

*Franz-Rudolf Esch/Christian Knörle*  
Interne Markenführung im Kontext von Mergers & Acquisitions ..... 257

*Anja Forster/Antonia Erz/Wolfgang Jenewein*  
Employer Branding ..... 277

*Doris Krüger*  
Lufthansa: Mit Employer Branding die Richtigen finden ..... 295

**Teil 4:**

**Der Instrumente-Mix des Behavioral Branding**

*Tim Oliver Brexendorf/Torsten Tomczak/Joachim Kernstock/Sven Henkel/Daniel Wentzel*  
Der Einsatz von Instrumenten zur Förderung von Brand Behavior ..... 315

*Franz-Rudolf Esch/Christian Knörle*  
Führungskräfte als Markenbotschafter ..... 351

*Felicitas Morhart/Wolfgang Jenewein/Torsten Tomczak*  
Mit transformationaler Führung das Brand Behavior stärken ..... 367

*Stefanie Müller*  
Swisscom: Vom Technologie-Unternehmen zum Service-Unternehmen ..... 385

*Daniel Wentzel/Torsten Tomczak/Andreas Herrmann*  
Storytelling im Behavioral Branding ..... 403

*Sven Henkel/Torsten Tomczak/Wolfgang Jenewein*  
Werbung als Verhaltensvorbild für Mitarbeiter ..... 421

*Andreas Peters/Alain Duvaud*  
Das Maggi Kochstudio: Rezept für Markenerlebnisse und Mitarbeitermotivation .... 447

Stichwortverzeichnis ..... 461