

# Inhalt

Vorwort .....	7
1. Marketing und Medien: The Product is the Message .....	9
2. Die mediale Struktur des Markennamens .....	31
3. Markenschöpfung: Das Konzept und seine intermediale Entfaltung .....	47
4. Die Codierung von Authentizität .....	61
5. Markenerzählungen: Mythos und Storytelling im Marketing .....	77
6. Symbolische Markenhandlungen: Identifikation, Markenkult, Fan-Konsum .....	101
7. Markt, Feedback und Marktkonzentration ( <i>Median Voter Theory</i> ) .....	125
8. Die Emergenz der Marketingkultur und des Konsums .....	157
9. Absolute Kommunikation: Gegenwart und Zukunft der Marketing-Kultur .....	175
Anmerkungen .....	197
Abbildungsverzeichnis .....	209
Literatur .....	211