

# Inhaltsverzeichnis

## Teil A: Grundlegende Aspekte der Markenführung

### Einführung

*Brigitte Gaiser*

Brennpunkt Markenführung

– Aufgabenbereiche und aktuelle Problemfelder der Markenführung..... 5

### Markenstrategien

*Andreas Freitag*

Markenrecht und Markenstrategie..... 27

*Brigitte Gaiser*

Markenkonzeption – Markenstrategische Entscheidungen in der Markenführung..... 41

*Rolf Dingler*

Dachmarken: Acht Strategiefallen

– Dachmarkeninflation: Auslaufmodell des 20. Jahrhunderts? ..... 63

*Brigitte Gaiser*

Strategien zur Gestaltung von Markenportfolios

– Unternehmensstrategische Entscheidungen der Markenführung..... 81

*Clamor Gieske, Hartmut Heinrich*

Die neue Rolle des Corporate Branding..... 101

*Rolf Dingler*

Brandwarfare – Markenstrategien für Sieger ..... 121

*Andreas Kaapke*

Handelsmarken – Fluch und Segen zugleich? Eine perspektivische Betrachtung ..... 141

## **Markenbewertung und Markensteuerung**

*Gabriele Naderer*

Markenbewertung – Zum aktuellen Stand der Forschung..... 157

*Oliver Nickel*

Auch Marken brauchen manchmal Vitamine  
– Zentrale Bereiche moderner Markenforschung ..... 175

*Alexander Biesalski, Johannes Spannagl*

Wertorientierte Markenführung – Anwendung auf Basis des  
integrierten Markenbewertungsansatzes von *BRAND RATING* ..... 201

*Richard Linxweiler, Vincent Brucker*

BrandScoreCard..... 221

## **Teil B: Instrumentelle Aspekte der Markenführung**

### **Markengestaltung und Verpackungsdesign**

*Richard Linxweiler*

Ganzheitliche Gestaltung der Markenelemente..... 245

*Jens Heise*

Praxisbezogene Erfolgsfaktoren des Packagings ..... 271

*Vincent Brucker, Ingrid Majer, Uwe Wichmann, Stephanie Ziegler*

Der Einfluss von Gestaltungselementen der Verpackung auf die Markenprägnanz.. 291

### **Integrierte Markenkommunikation**

*Brigitte Gaiser, Werner Bossenmaier*

Implementierung Integrierter Markenkommunikation – Zentrale Erfolgsfaktoren  
der Implementierung aus Unternehmens- und Agentursicht..... 309

*Tim Alexander*

Integrierte Markenkommunikation  
– Oder was hat „immer in die gleiche Kerbe hauen“ mit Budget sparen zu tun? ..... 325

*Robert Schützendorf*

Willkommen im Labor  
– Eine kritische Bilanz aktueller Planungsansätze für Integrierte Kommunikation.... 347

## **Innovative Ansätze in der Markenführung**

***Peter Wippermann***

Trends in der Markenführung: Return on Communication ..... 371

***Elke Theobald, Christian Schulmeyer***

Strategische Markenführung im Internet – E-Branding: Marken im Netz ..... 387

***Brigitte Gaiser***

Bedeutung des Couponing für die Markenführung ..... 403

***Ingrid Majer***

Mass Customization – Integration von Mass Customization und Marke ..... 427

***Brigitte Gaiser, Sonja Trittler***

Co-Branding – Eine Alternative auch bei Lebensmittelmarken ..... 443

***Konrad Zerr***

Guerilla-Marketing in der Kommunikation

– Kennzeichen, Mechanismen und Gefahren ..... 463

***Stephan Polomski***

Mehr als Marke: Employer Branding ..... 473

***Joachim Degel***

Duft und Markenführung – Grundlagen, Aspekte, Möglichkeiten ..... 491

***Markus Roder***

Ist Ihre Marke eine Kakerlake? Wie Evolutionsbiologie Ihrer Marke hilft,

neue Lebensräume zu erobern und „Wahrheit“ zu formen ..... 509

***Georgios Simoudis***

Storytising – Über die Kraft narrativer Markenkommunikation ..... 529

## **Marke zum Erleben**

***Alexander Binder***

Markenparks – Dreidimensionale Markenerlebniswelten ..... 545

***Dieter Pflaum***

Markenbildung durch Markenparks ..... 561

## Teil C: Fallstudien

### **Clemens K. Krebs**

*Blaupunkt*. Der Pluspunkt im Auto.

Eine Marke auf dem Weg zur Powerbrand..... 575

### **Berthold Dörrich**

Konsequente Markenführung am Beispiel *Krombacher*..... 599

### **Johann H. Tomforde**

Mobilitäts-Marken..... 611

### **Günter Käfer**

Ein dialektischer Sprung:

Von der Markentheorie zu Handlungsmaximen der Markenführung..... 631

### **Martin Gehr**

Strategische Markenführung am Beispiel von *hohes C*

Die Balance zwischen Tradition und Moderne..... 649

### **Thomas E. J. Meichle**

Markenführung im Investitionsgüterbereich

Die *Bosch Rexroth AG*, ein junges Unternehmen mit langer Tradition..... 663

### **Heinz Landau, Stephan Polomski, Nathalie Schramm**

Because we care

Integrierte Markenführung am Beispiel von *Merck Ltd., Thailand*..... 677