

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Abkürzungsverzeichnis.....	XXIII

Band 1

Erster Teil **Merkmale von Marken und der Markenführung** **(Markenbegriffe)**

Begriffsabgrenzungen und Erscheinungsformen von Marken	3
<i>Manfred Bruhn</i>	
Herstellermarken.....	51
<i>Michael Lingenfelder, Björn Kahler und Jan Wieseke</i>	
Industriegütermarken	75
<i>Markus Voeth und Christina Rabe</i>	
Dienstleistungsmarken	95
<i>Bernd Stauss</i>	
Handels-, Gattungs- und Premiummarken des Handels	119
<i>Hans-Otto Schenk</i>	
Einzelhändlermarken	151
<i>Andrea Gröppel-Klein und Claas Christian Germelmann</i>	
Unternehmensmarken	163
<i>Torsten Tomczak und Joachim Kernstock</i>	

E-Brands	187
<i>Claudia Fantapié Altobelli</i>	
Ingredient Branding	211
<i>Hermann Freter</i>	
Co-Branding	235
<i>Carsten Baumgarth</i>	
Markenallianzen.....	261
<i>Frank Huber</i>	
Institutionen des Markenwesens	277
<i>Wolfgang Hainer</i>	

Zweiter Teil

Theoretische Erklärungsansätze der Markenführung (Markentheorien)

Identitätsorientierter Ansatz der Markenführung – eine entscheidungsorientierte Perspektive.....	293
<i>Heribert Meffert</i>	
Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen für die Markenführung von Konsumgütern.....	321
<i>Andrea Gröppel-Klein</i>	
Informationsökonomischer Erklärungsansatz der Markenführung	347
<i>Herbert Woratschek und Stefan Roth</i>	
Funktionenorientierter Erklärungsansatz der Markenführung.....	371
<i>Udo Koppelman</i>	
Markenführung und Relationship Marketing	391
<i>Manfred Bruhn, Thorsten Hennig-Thurau und Karsten Hadwich</i>	
Das Konzept des Markentypenlebenszyklus.....	421
<i>Manfred Bruhn</i>	

Dritter Teil

Informationsgrundlagen der Markenführung

(Markeninformationen)

Bedeutung der Konsumentenforschung für die Markenführung	459
<i>Dieter K. Tschulin und Jörg Lindenmeier</i>	
Bedeutung der Handelsforschung für die Markenführung	483
<i>Hans-Peter Liebmann und Thomas Foscht</i>	
Bedeutung externer Datenbanken für die Markenführung	501
<i>Reinhold Decker</i>	
Informationsgrundlagen der Europäischen Markenforschung	521
<i>Klaus L. Wübbenhorst</i>	
Marken- und Produktpositionierung	541
<i>Volker Trommsdorff, Umut Asan und Justin Becker</i>	
Visuelle Markenforschung	571
<i>Christian Blümelhuber</i>	
Consumer Associative Networks as Process-Tracing Measures of Brand Feedback Effects.....	591
<i>Geraldine R. Henderson</i>	
Marktsegmentierung und Markenpolitik.....	615
<i>Hermann Freter</i>	

Vierter Teil

Strategien und Entscheidungen der Markenführung

(Markenstrategien)

Typen von Markenstrategien	637
<i>Jochen Becker</i>	
Erscheinungsformen von Markenstrategien.....	677
<i>Carsten Baumgarth</i>	
Planungs- und Entwicklungsprozess von Markenartikeln.....	699
<i>Thorsten Hennig-Thurau</i>	

Strategie und Architektur von Markenportfolios	723
<i>Erich Joachimsthaler und Markus Pfeiffer</i>	
Gestaltung komplexer Markenarchitekturen	747
<i>Franz-Rudolf Esch, Sören Bräutigam, Thorsten Möll und Eva Nentwich</i>	
Umsetzung von Markenidentitäten	771
<i>Franz-Rudolf Esch</i>	
Produktlinienerweiterung (Line Extension)	799
<i>Uwe Wölfer</i>	
Markentransferstrategien	817
<i>Henrik Sattler</i>	
Markenkannibalisierung.....	831
<i>Heribert Meffert und Martin Koers</i>	
Markenbereinigungsstrategie	853
<i>Thorsten Raabe</i>	
Erlebniswertorientierte Markenstrategien	879
<i>Sigrid Bekmeier-Feuerhahn</i>	
Lifestyle-Markenstrategien	903
<i>Andrea Gröppel-Klein</i>	
Luxusmarkenstrategie	927
<i>Heribert Meffert und Ingo Lasslop</i>	
Handelsmarkenstrategie	949
<i>Roland Mattmüller und Ralph Tunder</i>	
Generische Markenstrategien des Handels	975
<i>Thomas Rudolph</i>	
Markenorientierte Führung von Handelsunternehmen unter Berücksichtigung der Betriebsformendynamik.....	995
<i>Andrea Gröppel-Klein und Claas Christian Germelmann</i>	
Markenstrategien für junge Zielgruppen.....	1023
<i>Cornelia Zanger</i>	

Markenführungsstrategien im Electronic Business	1049
<i>Bernd W. Wirtz und Bernd Storm van's Gravesande</i>	
Internationale Markenführung	1071
<i>Markus Voeth und Dominik Wagemann</i>	

Band 2

Fünfter Teil **Gestaltung von Marken (Markentechnik)**

Grundgesetze der natürlichen Markenbildung	1093
<i>Hans Domizlaff †</i>	
Integriertes Branding – Baupläne zur Gestaltung neuer Marken	1131
<i>Franz-Rudolf Esch und Tobias Langner</i>	
Branding – Prozess der Markenfindung.....	1157
<i>Manfred Gotta</i>	
Entwicklung und Gestaltung von Markennamen	1177
<i>Johann David Herstatt und Kersten Sachse</i>	
Design und Markengestalt	1203
<i>Hans-Georg Böcher</i>	
Bedeutung der Verpackungspolitik für die Markengestaltung	1221
<i>Heinz Wiezorek</i>	
Markengestaltung mit Duft	1243
<i>Bernd Schubert und Patrick Hehn</i>	
Ganzheitliche Gestaltung der Markenelemente.....	1269
<i>Richard Linxweiler</i>	
Kunst und Markenartikel	1293
<i>Hans-Georg Böcher</i>	

Sechster Teil

Einsatz des Marketinginstrumentariums für die Markenführung (Markenintegration)

Strategische Markenführung	1349
<i>Torsten Tomczak und Dirk Zupancic</i>	
Integriertes Markenverständnis und -management.....	1365
<i>Christian Blümelhuber, Michael Maier und Anton Meyer</i>	
Physische Produktgestaltung und Markenpolitik	1385
<i>Udo Koppelman</i>	
Markenführung und Corporate Identity	1411
<i>Klaus-Peter Wiedmann</i>	
Planung einer Integrierten Markenkommunikation.....	1441
<i>Manfred Bruhn</i>	
Durchsetzung einer Integrierten Markenkommunikation.....	1467
<i>Franz-Rudolf Esch und Jörn Redler</i>	
Markenführung und Werbung.....	1491
<i>Helge Löbler und Daniel Markgraf</i>	
Markenführung und Verkaufsförderung	1513
<i>Karen Gedenk</i>	
Markenführung und Public Relations	1535
<i>Günter Bentele und Jörg Hoepfner</i>	
Markenführung und Direct Marketing	1565
<i>Jörg Link</i>	
Markenführung und Sponsoring	1593
<i>Manfred Bruhn</i>	
Markenprofilierung durch Services.....	1631
<i>Anton Meyer und Christian Blümelhuber</i>	

Preismanagement in der Markenartikelindustrie.....	1647
<i>Hermann Diller</i>	
Bedeutung der Markenführung im vertikalen Marketing.....	1679
<i>Joachim Zentes und Hanna Schramm-Klein</i>	
Markenführung und Vertriebspolitik	1707
<i>Bernhard Swoboda und Judith Giersch</i>	
Markenführung der Industrie bei zunehmender Handelskonzentration.....	1733
<i>Rainer Olbrich und Dirk Battenfeld</i>	
Markenführung und Sortimentsentscheidungen im Einzelhandel	1755
<i>Dirk Möhlenbruch</i>	
Aufgaben und Bedeutung der Kommunikationsagentur für die Markenführung	1781
<i>Bernd M. Michael</i>	

Siebter Teil

Erfolgskontrolle der Markenführung

(Markenkontrolle)

Markencontrolling – Sicherstellung der Effektivität und Effizienz der Markenführung	1821
<i>Torsten Tomczak, Sven Reinecke und Philomela Kaetzke</i>	
Verfahren der Markenbewertung	1853
<i>Volker Trommsdorff</i>	
BrandScoreCard.....	1877
<i>Richard Linxweiler und Vincent T.G. Brucker</i>	
Wertorientierte Markenführung und internationale Rechnungslegungsstandards	1897
<i>Jutta Menninger, Karl-Heinz Maul und Wolfgang Wagner</i>	

Band 3

Achter Teil

Erfolgsfaktoren der Markenführung in ausgewählten Sektoren (Markenerfolg)

Markenerfolg beispielhafter Gebrauchsgütermarken

Markenführung in der Automobilindustrie	1927
<i>Karl-Heinz Kalbfell</i>	
Markenführung im Hausgerätemarkt	1953
<i>Jürgen Plüss</i>	

Markenerfolg beispielhafter Verbrauchsgütermarken

Markenführung im Ernährungsmarkt	1971
<i>Johann C. Lindenberg</i>	
Markenführung im Süßwarenmarkt	1987
<i>Hermann Bühlbecker</i>	
Markenführung im Waschmittelmarkt	2001
<i>Klaus Morwind</i>	
Markenführung im Markt für Haarpflegeprodukte	2025
<i>Uwe Specht</i>	
Markenführung im Bekleidungsmarkt	2039
<i>Bruno Sälzer</i>	
Markenführung im Zeitschriftenmarkt	2057
<i>Jürgen Althans und Gerd Brüne</i>	
Markenführung im Cigarettenmarkt	2081
<i>Axel Dahm</i>	

Markenerfolg beispielhafter Industriegütermarken

Markenführung im IT-Markt.....	2107
<i>Jörg Peters, Andrea Kadner und Susanne Gruber</i>	
Markenführung im Mobilfunkmarkt	2133
<i>Uwe Bergheim</i>	

Markenerfolg beispielhafter Dienstleistungsmarken

Markenführung für Dienstleistungen	2161
<i>Martin Fassnacht</i>	
Markenführung im Bankensektor.....	2183
<i>Bernhard Eggli</i>	
Markenführung im Versicherungsmarkt	2209
<i>Michael Maskus</i>	
Markenführung im Beratungsmarkt	2229
<i>Hajo Riesenbeck</i>	
Markenführung im Mediensektor.....	2251
<i>Carsten Baumgarth</i>	
Markenführung im Anwaltsmarkt	2273
<i>Ulrich Horstschäfer</i>	

Beispiele erfolgreicher Markenführung im nichtkommerziellen Bereich

Markenführung für Nonprofit-Organisationen.....	2297
<i>Manfred Bruhn</i>	
Markenführung für Natur- und Umweltschutzorganisationen.....	2331
<i>Manfred Kirchgeorg</i>	

Markenführung für Städte und Regionen 2357
Ingo Balderjahn

Markenführung für regionale Marken 2375
Margit Enke und Anja Geigenmüller

Neunter Teil

Rechtliche Aspekte der Markenführung

(Markenrecht)

Rechtliche Probleme im Rahmen von Markenstrategien – dargestellt an
 ausgewählten Fällen 2393
Hendrik Schröder

Absicherung von Markenstrategien durch das
 Marketing-Rechts-Management 2421
Hendrik Schröder und Dieter Ahlert

Markenartikel und Kennzeichenschutz 2449
Karl-Heinz Fezer

Schutz der Herstellermarke vor dem Handelsmarketing – Probleme und
 Lösungsansätze des vertikalen Markenschutzes 2471
Hendrik Schröder

Markenlizenzverträge 2501
Michael Horak

Kauf und Verkauf von Marken in der Rechtspraxis 2523
Christian Rohnke

Bekämpfung der Marken- und Produktpiraterie 2545
Henning Harte-Bavendamm

Internationale Aspekte des Schutzrechtsmanagements 2573
Claudius Marx

Zehnter Teil

Gesellschaftliche Aspekte und Zukunftstendenzen der Markenführung (Markenumfeld)

Volkswirtschaftliche Bedeutung der Markenindustrie	2609
<i>Thomas C.A. Tochtermann</i>	
Wettbewerbspolitische Aspekte der Markenführung	2625
<i>Hans-Jürgen Ruppelt</i>	
Sozio-kulturelle Aspekte der Markenführung	2637
<i>Sandra Diehl und Ralf Terlutter</i>	
Medienpolitische Aspekte der Markenführung	2665
<i>Wolfgang Hainer</i>	
Nachhaltigkeitsaspekte der Markenführung	2677
<i>Stefan Schaltegger</i>	
Entwicklungstendenzen der Markenführung aus Herstellerperspektive	2705
<i>Johann C. Lindenberg</i>	
Entwicklungstendenzen der Markenführung aus Handelsperspektive	2719
<i>Joachim Zentes und Dirk Morschett</i>	
Entwicklungstendenzen der Markenführung aus Dienstleistungsperspektive	2747
<i>Martin Benkenstein und Thomas Spiegel</i>	
Entwicklungstendenzen des Markenwesens aus Sicht der Wissenschaft	2765
<i>Richard Köhler</i>	
Autorenverzeichnis	2799
Stichwortverzeichnis	2809