

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 Regionen2357
Ingo Balderjahn

Markenführung für regionale Marken2375
Margit Enke und Anja Geigenmüller

Neunter Teil

Rechtliche Aspekte der Markenführung

(Markenrecht)

Rechtliche Probleme im Rahmen von Markenstrategien – dargestellt an
 ausgewählten Fällen2393
Hendrik Schröder

Absicherung von Markenstrategien durch das
 Marketing-Rechts-Management2421
Hendrik Schröder und Dieter Ahlert

Markenartikel und Kennzeichenschutz2449
Karl-Heinz Fezer

Schutz der Herstellermarke vor dem Handelsmarketing – Probleme und
 Lösungsansätze des vertikalen Markenschutzes2471
Hendrik Schröder

Markenlizenzverträge2501
Michael Horak

Kauf und Verkauf von Marken in der Rechtspraxis2523
Christian Rohnke

Bekämpfung der Marken- und Produktpiraterie2545
Henning Harte-Bavendamm

Internationale Aspekte des Schutzrechtsmanagements2573
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