

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
<i>Erster Teil: Grundlagen der Markenführung</i>	1
Marke und Markenführung	3
Richard Linxweiler und Brigitte Gaiser	
Strategien der Markenführung	27
Brigitte Gaiser und Richard Linxweiler	
Die Markenpositionierung – Ein zukunftsfähiges Element der strategischen Markenführung?	45
Nicole Baumüller	
Markenführungsprozess und Markengestaltung	65
Richard Linxweiler, Brigitte Gaiser und Konrad Zerr	
Marke und Design	83
Ulrich Föhl	
Aufgabenbereiche und aktuelle Problemfelder der Markenführung	99
Brigitte Gaiser und Richard Linxweiler	
<i>Zweiter Teil: Strategische Markenführung und Markenkommunikation im Internet</i>	123
Marketingkommunikation im digitalen Wandel	125
Brigitte Gaiser und Elke Theobald	
Digitale Markenführung und die Organisation des Online-Marketing	147
Elke Theobald und Patricia Winterhalter	
Kontextsensitives digitales Marketing zur Steigerung des „Value in Context“ und Herausforderungen für die digitale Markenführung	167
Konrad Zerr, Richard Linxweiler und Anja Forster	
Der Einfluss der Digitalisierung auf die Markenstrategie und das Markenerlebnis	197
Marian Sander	

eBranding im internationalen Kontext	215
Nadine Walter	
eBranding im B2B-Bereich	237
Markus Koch und Stephan Beck	
Kontrolle der Markenführung im Internet	251
Frank Reese	
Markenrechtliche Aspekte beim eBranding	267
Joachim Dorschel	
<i>Dritter Teil: Spezifische Instrumente des eBrandings und Case Studies</i>	283
Digitale Markenführung mit Display Advertising	285
Danny Buddenberg	
eBranding und Suchmaschinenmarketing	311
Tom Alby	
Affiliate Marketing	329
Dennis Petersen	
E-Mail-Marketing im Zeichen der Markenführung	347
Torsten Schwarz	
Public Relations im Kontext des eBrandings: Corporate Messages und die Frage der Modi	361
Simone Huck-Sandhu und Alena Kirchenbauer	
eBranding und Public Relations	377
Katrin Hassenstein	
Content-Marketing: Digitale Markenführung mit nützlichen Inhalten	391
Franca Borst	
Mobile User Experience	411
Vanessa Zeiler	
App-Marketing für Unternehmen	425
Sven Jürgens	

Gamification in der Marketingkommunikation	441
Martin Hipp-Gruner	
Marken im Internet der Dinge	463
Cornelia Schumacher	
Analytics im eBranding	489
Tom Alby	
Strengthening the global brand profile of Siemens Home Appliances through social media: The challenge of being consistent and flexible at the same time.....	503
Christoph Kilian and Mirjam Jentschke	
Shoppst du noch oder erlebst du schon?	517
Mareike Reiber	