

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Einführung in die Themenstellung Prof. Dr. Dr. h. c. mult. H. Meffert, Universität Münster	1
2 Erfolgsfaktoren des Co-Branding Zusammenfassung des Vortrags von PD Dr. C. Baumgarth, Universität Paderborn	7
3 Welche Potenziale bietet Co-Branding für das Marken- management? Zusammenfassung des Vortrags von S. Thun, BBDO Consulting GmbH	21
4 Stellenwert und Gegenstand des Co-Brandings bei Ford Zusammenfassung des Vortrags von Dr. M. Koers, Ford-Werke AG	31
5 Siemens Mobile Phones - Co-Branding aus der Perspektive der Mobilfunkindustrie Zusammenfassung des Vortrags von N. Friese-Greene, Siemens Mobile Phones	40
6 Visuelle Identitäten von Co-Brand-Produkten Zusammenfassung des Vortrags von M. Ch. Schmid, BRANDCODES	51
7 Zusammenfassung der Podiums- und Plenumsdiskussion	60