

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| 1 Stiftungen als Marke | 1 |
| 2 Wesen und Funktionen von Stiftungsmarken | 2 |
| 3 Markenmanagementprozess in Stiftungen | 8 |
| 3.1 Festlegung der Markenziele | 8 |
| 3.2 Ableitung einer kontextspezifischen Markenarchitektur | 13 |
| 3.3 Implementierung der Stiftungsmarke | 15 |
| 3.3.1 Management der Stiftungskommunikation | 15 |
| 3.3.2 Management des Stiftungsverhaltens | 18 |
| 3.3.3 Management des Stiftungsdesigns | 19 |
| 3.4 Marken-Controlling | 22 |
| 4 Fazit | 23 |
| Literaturverzeichnis | 26 |