

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur zweiten Auflage ..... V

Vorwort zur ersten Auflage ..... VII

## I. Grundlagen der Handelsmarkenpolitik

*Manfred Bruhn*

Bedeutung der Handelsmarke im Markenwettbewerb –  
eine Einführung in den Sammelband ..... 3

*Heribert Meffert/Christoph Burmann*

Identitätsorientierte Markenführung – Konsequenzen für die Handelsmarke ..... 49

*Hans-Otto Schenk*

Funktionen, Erfolgsbedingungen und Psychostrategie  
von Handels- und Gattungsmarken ..... 71

*Eva-Marie Sternagel-Ellmauer*

x Handelsmarkenstrategien und Entscheidungen der Handelsmarkenpolitik ..... 97

*Manfred Bruhn*

x Das Konzept des Markentypenlebenszyklus ..... 117

*Lothar Müller-Hagedorn*

Handelsmarke oder Herstellermarke? – Überlegungen zur ökonomischen Effizienz ... 153

*Rudolf W. Vanderhuck*

Renditeverbesserung durch Handelsmarken für Hersteller und Handel? –  
Erfahrungen aus der Praxis ..... 167

*Volker Dölle*

Konzepte und Positionierung der Handelsmarken –  
dargestellt an ausgewählten Beispielen ..... 183

*Dirk Funck*

Ökologische Eigenmarken im Handel ..... 199

*Bartho Treis/Hilke Schönenberg*

Die Funktionen der Handelsmarke und ihr Schutz durch das Markenrecht ..... 215

## II. Entwicklung der Märkte für Handelsmarken

*Karl-Jörg Kornobis*

- × Die Entwicklung von Handelsmarken – Untersuchungen und  
Zukunftsperspektiven im Verbrauchsgüterbereich .....237

*Rainer Lenz*

- Die Entwicklung von Handelsmarken – Untersuchungen und  
Zukunftsperspektiven im Gebrauchsgüterbereich .....265

## III. Handelsmarkenpolitik aus Handelssicht

*Bernd Hallier*

- Anforderungen an das Handelsmarkenmanagement des Handels .....289

*Ulrich Wolters*

- ✓ Handelsmarken und Handelsmarkenpolitik – Erfahrungsberichte aus  
der Perspektive eines Handelsunternehmens .....301

*Hermann Hasen*

- × Die Handelsmarkenpolitik der Migros .....317

*Fred Widmer*

- Von der Eigenmarke und Handelsmarke zur Exklusivmarke –  
Die Exklusivmarkenpolitik der Coop Schweiz .....329

*Thomas Roeb*

- Von der Handelsmarke zur Händlermarke – Die Storebrands als  
Markenstrategie für den Einzelhandel .....345

## IV. Handelsmarkenpolitik aus Herstellersicht

*Robert Raeber*

- Handelsmarken und Handelsmarkenpolitik – Erfahrungsberichte  
aus der Perspektive eines Herstellerunternehmens .....369

*Volker Dölle*

- Beziehungsmanagement zwischen Hersteller und Handel im Rahmen  
der Herstellung von Handelsmarken .....381

*Antonella Mei-Pochtler*

- Die BrandNet-Company: Überwindung der Grenzen zwischen  
Hersteller- und Handelsmarken durch neue Wertschöpfungsarchitekturen .....395

- Ausgewählte Literatur zum Themengebiet »Handelsmarken« .....407

- Autorenverzeichnis .....419

- Stichwortverzeichnis .....427