

Manfred Bruhn | Bernd Stauss (Hrsg.)

# Dienstleistungsmarken

Forum Dienstleistungsmanagement

HOCHSCHULE  
LIECHTENSTEIN  
Bibliothek



# Inhaltsverzeichnis

.v

## Teil A: Wissenschaftliche Beiträge.

### 1. Einführung

*Bernd Stauss und Manfred Bruhn*

Dienstleistungsmarken - Eine Einführung in den Sammelband.

### 2. Konsumentenverhalten und Markenführung im Dienstleistungsbereich

*Martin Benkenstein und Sebastian Ührich*

Konzeption und Determinanten des Markencommitment

in Dienstleistungsbeziehungen.....37

*Frank Huber, Kai Vollhardt und Johannes Vogel*

Aufbau von Markenbeziehungen als Grundlage des

Dienstleistungsmanagements.....57

*Jan Wieseke*

Erfolgsfaktoren der Adoption innovativer Dienstleistungsmarken.....77

### 3. Strategische Führung von Dienstleistungsmarken

*Dieter Ählert, Manuel Michaelis, David Woisetschläger*

*und Christof Backhaus*

Services Made in Germany - Markierung von Dienstleistungen

mit dem Herkunftsland.....101

*Christina Sichtmann, Maren Klein und Lyudmyla Ostruk*  
Vom Produkt zur Dienstleistung - Erfolgsfaktoren des Markentransfers.....121

*Herbert Woratschek, Reinhard Kunz und Tim Strubel*  
Co-Branding zwischen Sport und Medien: Eine Analyse  
des Fallbeispiels Schalke 04 TV.....139

*Manfred Bruhn*  
Der Beitrag des Sponsoring zur Erreichung von Markenzielen  
am Beispiel eines Telekommunikationsdienstleisters.....163

## 4. Interne Markenführung

*Christoph Burmann und Philip Maloney*  
Innengerichtete, identitätsbasierte Führung von Dienstleistungsmarken.....191

*Friedemann W. Nerdinger und Christina Neumann*  
Mitarbeiterorientiertes Management von Dienstleistungsmarken.....213

*Franz-Rudolf Euch, Alexander Fischer, Kerstin Hartmann  
und Kristina Strödter*  
Management des Markencommitments in Dienstleistungsunternehmen.....233

*Nina Specht, Sina Fichtel und Anton Meyer*  
Markenführung im Zeitalter der „Service Dominant Logic“:  
People Branding als neue Herausforderung für das Markenmanagement .....255

*Sabine Fließ und Roland Maeß*  
Der Kontaktmitarbeiter als Nutzer der Dienstleistungsmarke.....275

## 5. Markenmanagement für konsumtive Dienstleistungen

*Mike Peters, Markus Schuckert und Klaus Weiermair*  
Die Bedeutung von Marken im Management von Tourismus-Destinationen.....303

*Thomas Tanner und Candace Stella Cheng*  
Persönlich, menschlich, zugänglich: Emotionale Markenbindung  
bei der Schweizer Bank USB.....325

## 6. Markenmanagement für Business-to-Business-Dienstleistungen

<i>Michael Kleinaltenkamp, Ilka Griese und Maren Klein</i> Markenpolitik für unternehmensbezogene Dienstleistungen.....	347
<i>Anja Sohn und Jörg Freiling</i> Dienstleistungsmarken und deren Einfluss auf das organisationale Beschaffungsverhalten - Eine ökonomische Analyse.....	365
<i>Markus Voeth, Björn Rentner und Uta Herbst</i> Markenmanagement bei produktbegleitenden Dienstleistungen.....	387
<i>C. Christian Ratsch</i> Markenerlebnis prägt Mitarbeiter, Mitarbeiter prägen Markenerlebnis.....	401

## 7. Markenmanagement für Nonprofit-Dienstleistungen

<i>Klaus Brockhoff</i> Bedeutung und Bekanntheit von Universitätsmarken.....	423
<i>Heribert Meffert und Sebastian Dettmers</i> Markenführung von Stiftungen.....	447

## Teil B: Serviceteil

Ausgewählte Literatur zum Themengebiet „Dienstleistungsmarken“.....	471
Stichwortverzeichnis.....	483