

Carsten Baumgarth (Hrsg.)

# Erfolgreiche Führung von Medienmarken

Strategien für Positionierung,  
Markentransfers und Branding



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
--------------	---

## Erster Teil: Einführung

<i>Carsten Baumgarth</i> Besonderheiten der Markenpolitik im Mediensektor.....	3
---	---

## Zweiter Teil: Markenführung von Medienmarken

<i>Marcel Engh</i> Strategische Markenführung für den Musikmarkt - dargestellt am Beispiel BRITNEY SPEARS.....	17
--	----

<i>Karsten Polthier und Detlef Wolters</i> Markenpolitik der Buchverlage - Defizite und Lösungsansätze.....	45
--	----

<i>Thorsten Hennig-Thurau und Torsten Heijmans</i> Movie Branding - Markenpolitische Handlungsoptionen für Spielfilmproduzenten..	63
--	----

<i>Tobias Lobe</i> BILD - Von der Vision eines Verlegers zur nationalen Institution.....	87
---	----

<i>Jan-Piet Stempels</i> Die Markenführung des STERN.....	111
--	-----

<i>Tanja Madsen</i> Die Medienmarke FTD.....	129
---	-----

<i>Carsten Baumgarth und Michael Meiger</i> Markenführung für Stadt-Magazine am Beispiel STADTREVUE KÖLN MAGAZIN. . . .	143
--	-----

## Dritter Teil: Markentransfers von Medienmarken

*Mirko Caspar*

Bedeutung und Erfolgsvoraussetzungen von Cross-Channel-  
Medienmarkenstrategien .....161

*Henrik Hörning*

Die Macht der Medienmarke - Erschließung von zusätzlichen Erlöspotenzialen  
durch Markenexpansion .....185

*Werner Neunzig*

Von der Einzelmarke zur Dachmarke  
READER'S DIGEST - Eine Marke bekommt Flügel.....201

## Vierter Teil: Branding von Medienmarken

*Sybille Kircher*

Brand Naming! Das Erfolgsgeheimnis starker Marken.....229

*Axel Hefter*

Branding der Medienmarke ZDF.....251