

Manfred Bruhn (Hrsg.)

# Handbuch Markenführung

Kompendium zum erfolgreichen  
Markenmanagement

Strategien - Instrumente - Erfahrungen

2., vollständig überarbeitete  
und erweiterte Auflage

Band 3



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Abkürzungsverzeichnis.....	XXIII

## Band I

### Erster Teil

#### Merkmale von Marken und der Markenführung (Markenbegriffe)

Begriffsabgrenzungen und Erscheinungsformen von Marken.....	3
<i>Manfred Bruhn</i>	
Herstellermarken.....	51
<i>Michael Lingenfelder, Björn Kahler und Jan Wieseke</i>	
Industriegütermarken.....	75
<i>Markus Voeth und Christina Rabe</i>	
Dienstleistungsmarken.....	95
<i>Bernd Stauss</i>	
Handels-, Gattungs- und Premiummarken des Handels.....	119
<i>Hans-Otto Schenk</i>	
Einzelhändlermarken.....	151
<i>Andrea Gröppel-Klein und Claas Christian Germelmann</i>	
Unternehmensmarken.....	163
<i>Torsten Tomczak und Joachim Kernstock</i>	



E-Brands.....187  
*Claudia Fantapie Altobelli*

Ingredient Branding.....211  
*Hermann Freter*

Co-Branding.....235  
*Carsten Baumgarth*

Markenallianzen.....261  
*Frank Huber*

Institutionendes Markenwesens.....277  
*Wolfgang Hainer*

**Zweiter Teil**  
**Theoretische Erklärungsansätze der Markenführung**  
**(Markentheorien)**

Identitätsorientierter Ansatz der Markenführung - eine entscheidungsorientierte  
 Perspektive.....293  
*Heribert Meffert*

Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen für die Markenführung von  
 Konsumgütern.....321  
*Andrea Gröppel-Klein*

Informationsökonomischer Erklärungsansatz der Markenführung.....347  
*Herbert Woratschek und Stefan Roth*

Funktionenorientierter Erklärungsansatz der Markenführung.....371  
*Udo Koppelman*

Markenführung und Relationship Marketing.....391  
*Manfred Bruhn, Thorsten Hennig-Thurau und Karsten Hadwich*

Das Konzept des Markentypenlebenszyklus.....421  
*Manfred Bruhn*

## Dritter Teil

### Informationsgrundlagen der Markenführung (Markeninformationen)

Bedeutung der Konsumentenforschung für die Markenführung .....	459
<i>Dieter K. Tscheulin und Jörg Lindenmeier</i>	
Bedeutung der Handelsforschung für die Markenführung .....	483
<i>Hans-Peter Liebmann und Thomas Foscht</i>	
Bedeutung externer Datenbanken für die Markenführung .....	501
<i>Reinhold Decker</i>	
Informationsgrundlagen der Europäischen Markenforschung .....	521
<i>Klaus L. Wübbenhorst</i>	
Marken- und Produktpositionierung .....	541
<i>Volker Trommsdorff, Umut Asan und Justin Becker</i>	
Visuelle Markenforschung .....	571
<i>Christian Blümelhuber</i>	
Consumer Associative Networks as Process-Tracing Measures of Brand Feedback Effects .....	591
<i>Geraldine R. Henderson</i>	
Marktsegmentierung und Markenpolitik .....	615
<i>Hermann Freier</i>	

## Vierter Teil

### Strategien und Entscheidungen der Markenführung (Markenstrategien)

Typen von Markenstrategien .....	637
<i>Jochen Becker</i>	
Erscheinungsformen von Markenstrategien .....	677
<i>Carsten Baumgarth</i>	
Planungs- und Entwicklungsprozess von Markenartikeln .....	699
<i>Thorsten Hennig-Thurau</i>	

Strategie und Architektur von Markenportfolios.....	723
<i>Erich Joachimsthaler und Markus Pfeiffer</i>	
Gestaltung komplexer Markenarchitekturen.....	747
<i>Franz-Rudolf Esch, Sören Bräutigam, Thorsten Moll und Eva Nentwich</i>	
Umsetzung von Markenidentitäten.....	771
<i>Franz-Rudolf Esch</i>	
Produktlinienerweiterung (Line Extension).....	799
<i>Uwe Wölfer</i>	
Markentransferstrategien.....	817
<i>Henrik Sattler</i>	
Markenkannibalisierung.....	831
<i>Heribert Meffert und Martin Koers</i>	
Markenbereinigungsstrategie.....	853
<i>Thorsten Raabe</i>	
Erlebniswertorientierte Markenstrategien.....	879
<i>Sigrid Bekmeier-Feuerhahn</i>	
Lifestyle-Markenstrategien.....	903
<i>Andrea Gröppel-Klein</i>	
Luxusmarkenstrategie.....	927
<i>Heribert Meffert und Ingo Lasslop</i>	
Handelsmarkenstrategie.....	949
<i>Roland Mattmüller und Ralph Tunder</i>	
Generische Markenstrategien des Handels.....	975
<i>Thomas Rudolph</i>	
Markenorientierte Führung von Handelsunternehmen unter Berücksichtigung der Betriebsformendynamik.....	995
<i>Andrea Gröppel-Klein und Claas Christian Germelmann</i>	
Markenstrategien für junge Zielgruppen.....	1023
<i>Cornelia Zanger</i>	

Inhaltsverzeichnis	XV
Markenführungsstrategien im Electronic Business.... <i>Bernd W. Wirtz und Bernd Storm van 's Gravesande</i>	.1049
Internationale Markenführung..... <i>Markus Voeth und Dominik Wagemann</i>	.1071

## Band 2

### Fünfter Teil Gestaltung von Marken (Markentechnik)

Grundgesetze der natürlichen Markenbildung..... <i>Hans Domizlaff</i>	1093
Integriertes Branding - Baupläne zur Gestaltung neuer Marken..... <i>Franz-Rudolf Esch und Tobias Langner</i>	1131
Branding - Prozess der Markenfindung..... <i>Manfred Gotta</i>	1157
Entwicklung und Gestaltung von Markennamen..... <i>Johann David Herstatt und Kersten Sachse</i>	1177
Design und Markengestalt..... <i>Hans-Georg Bacher</i>	1203
Bedeutung der Verpackungspolitik für die Markengestaltung..... <i>Heinz Wiezorek</i>	1221
Markengestaltung mit Duft..... <i>Bernd Schubert und Patrick Hehn</i>	1243
Ganzheitliche Gestaltung der Markenelemente..... <i>Richard Linxweiler</i>	1269
Kunst und Markenartikel..... <i>Hans-Georg Bacher</i>	1293

## Sechster Teil

### Einsatz des Marketinginstrumentariums für die Markenführung (Markenintegration)

Strategische Markenführung.....	1349
<i>Torsten Tomczak und Dirk Zupancic</i>	
Integriertes Markenverständnis und -management.....	1365
<i>Christian Blümelhuber, Michael Maier und Anton Meyer</i>	
Physische Produktgestaltung und Markenpolitik.....	1385
<i>Udo Koppelman</i>	
Markenführung und Corporate Identity.....	1411
<i>Klaus-Peter Wiedmann</i>	
Planung einer Integrierten Markenkommunikation.....	1441
<i>Manfred Bruhn</i>	
Durchsetzung einer Integrierten Markenkommunikation.....	1467
<i>Franz-Rudolf Esch und Jörn Redler</i>	
Markenführung und Werbung.....	1491
<i>Helge Löbler und Daniel Markgraf</i>	
Markenführung und Verkaufsförderung.....	1513
<i>Karen Gedenk</i>	
Markenführung und Public Relations.....	1535
<i>Günter Bentele und Jörg Hoepfner</i>	
Markenführung und Direct Marketing.....	1565
<i>Jörg Link</i>	
Markenführung und Sponsoring.....	1593
<i>Manfred Bruhn</i>	
Markenprofilierung durch Services.....	1631
<i>Anton Meyer und Christian Blümelhuber</i>	

Preismanagement in der Markenartikelindustrie.....	1647
<i>Hermann Diller</i>	
Bedeutung der Markenführung im vertikalen Marketing.....	1679
<i>Joachim Zentes und Hanna Schramm-Klein</i>	
Markenführung und Vertriebspolitik.....	1707
<i>Bernhard Swoboda und Judith Giersch</i>	
Markenführung der Industrie bei zunehmender Handelskonzentration.....	1733
<i>Rainer Olbrich und Dirk Battenfeld</i>	
Markenführung und Sortimentsentscheidungen im Einzelhandel.....	1755
<i>Dirk Möhlenbruch</i>	
Aufgaben und Bedeutung der Kommunikationsagentur für die Markenführung.....	1781
<i>Bernd M. Michael</i>	

## Siebter Teil

### Erfolgskontrolle der Markenführung (Markenkontrolle)

Markencontrolling - Sicherstellung der Effektivität und Effizienz der Markenführung.....	1821
<i>Torsten Tomczak, Sven Reinecke und Philomela Kaetzke</i>	
Verfahren der Markenbewertung.....	1853
<i>Volker Trommsdorff</i>	
BrandScoreCard.....	1877
<i>Richard Linxweiler und Vincent T.G. Brücker</i>	
Wertorientierte Markenführung und internationale Rechnungslegungsstandards.....	1897
<i>Jutta Menninger, Karl-Heinz Maul und Wolfgang Wagner</i>	

## Band 3

### Achter Teil Erfolgsfaktoren der Markenführung in ausgewählten Sektoren (Markenerfolg)

#### Markenerfolg beispielhafter (Jebrauchsgütemarken)

Markenführung in der Automobilindustrie.....	1927
<i>Karl-Heinz Kalbfell</i>	
Markenführung im Hausgerätemarkt.....	1953
<i>Jürgen Plüss</i>	

#### Markenerfolg beispielhafter Verbrauchsgütermarken

Markenführung im Ernährungsmarkt.....	1971
<i>Johann C. Lindenberg</i>	
Markenführung im Süßwarenmarkt.....	1987
<i>Hermann Bühlbecker</i>	
Markenführung im Waschmittelmarkt.....	2001
<i>Klaus Morwind</i>	
Markenführung im Markt für Haarpflegeprodukte.....	2025
<i>Uwe Specht</i>	
Markenführung im Bekleidungsmarkt.....	2039
<i>Bruno Sälzer</i>	
Markenführung im Zeitschriftenmarkt.....	2057
<i>Jürgen Althans und Gerd Brüne</i>	
Markenführung im Cigarettenmarkt.....	2081
<i>Axel Dahm</i>	

## [ **Markcnerfolg beispielhafter Industriegütermarken**

Markenführung im IT-Markt.....	2107
<i>Jörg Peters, Andrea Kadner und Susanne Gruber</i>	
Markenführung im Mobilfunkmarkt.....	2133
<i>Uwe Bergheim</i>	

## \ **Markenerfolg beispielhafter Dienstleistungsmarken**

Markenführung für Dienstleistungen.....	2161
<i>Martin Fassnacht</i>	
Markenführung im Bankensektor.....	2183
<i>Bernhard Egli</i>	
Markenführung im Versicherungsmarkt.....	2209
<i>Michael Maskus</i>	
Markenführung im Beratungsmarkt.....	2229
<i>Hajo Riesenbeck</i>	
Markenführung im Mediensektor.....	2251
<i>Carsten Baumgarth</i>	
Markenführung im Anwaltsmarkt.....	2273
<i>Ulrich Horstschäfer</i>	

## **Beispiele erfolgreicher Markenführung im nichtkommerziellen Bereich**

Markenführung für Nonprofit-Organisationen.....	2297
<i>Manfred Bruhn</i>	
Markenführung für Natur- und Umweltschutzorganisationen.....	2331
<i>Manfred Kirchgeorg</i>	

Markenführung für Städte und Regionen.....2357  
*Ingo Baiderjahn*

Markenführung für regionale Marken.....2375  
*Margit Enke und Anja Geigenmüller*

## Neunter Teil

### Rechtliche Aspekte der Markenführung (Markenrecht)

Rechtliche Probleme im Rahmen von Markenstrategien - dargestellt an  
 ausgewählten Fällen.....2393  
*Hendrik Schröder*

Absicherung von Markenstrategien durch das  
 Marketing-Rechts-Management.....2421  
*Hendrik Schröder und Dieter Ahlert*

Markenartikel und Kennzeichenschutz.....2449  
*Karl-Heinz Fezer*

Schutz der Herstellermarke vor dem Handelsmarketing - Probleme und  
 Lösungsansätze des vertikalen Markenschutzes.....2471  
*Hendrik Schröder*

Markenlizenzverträge.....2501  
*Michael Horak*

Kauf und Verkauf von Marken in der Rechtspraxis.....2523  
*Christian Rohnke*

Bekämpfung der Marken- und Produktpiraterie.....2545  
*Henning Harte-Bavendamm*

Internationale Aspekte des Schutzrechtsmanagements.....2573  
*Claudius Marx*

## Zehnter Teil

### Gesellschaftliche Aspekte und Zukunftstendenzen der Markenführung (Markenumfeld)

Volkswirtschaftliche Bedeutung der Markenindustrie.....	2609
<i>Thomas CA. Tochtermann</i>	
Wettbewerbspolitische Aspekte der Markenführung.....	2625
<i>Hans-Jürgen Ruppelt</i>	
Sozio-kulturelle Aspekte der Markenführung.....	2637
<i>Sandra Diehl und Ralf Terlutter</i>	
Medienpolitische Aspekte der Markenführung.....	2665
<i>Wolfgang Hainer</i>	
Nachhaltigkeitsaspekte der Markenführung.....	2677
<i>Stefan Schaltegger</i>	
Entwicklungstendenzen der Markenführung aus Herstellerperspektive.....	2705
<i>Johann C. Lindenberg</i>	
Entwicklungstendenzen der Markenführung aus Handelsperspektive.....	2719
<i>Joachim Zentes und Dirk Morschen</i>	
Entwicklungstendenzen der Markenführung aus Dienstleistungsperspektive.....	2747
<i>Martin Benkenstein und Thomas Spiegel</i>	
Entwicklungstendenzen des Markenwesens aus Sicht der Wissenschaft.....	2765
<i>Richard Köhler</i>	
Autorenverzeichnis.....	2799
* Stichwortverzeichnis.....	2809