

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber.....	V
Autorenverzeichnis.....	XI

Erster Teil

Einführung in das integrierte Marken- und Kundenwertmanagement

<i>OlafGottgens und Thilo Schotte</i> Integriertes Marken- und Kundenwertmanagement als unternehmerische Herausforderung.....	3
<i>Bernd W. Wirtz und Oliver Schilke</i> Ansätze des Kundenwertmanagements.....	19

Zweiter Teil

Strategisches Marken- und Kundenwertmanagement

<i>Udo Klein-Bolting</i> Strategic Brand Management Process: Systematische Führung komplexer Markenportfolios.....	59
<i>Michael Maskus und Kirsten Schuttler</i> Praktischer Einsatz des Strategic Brand Management Process (SBMP) am Beispiel der Allianz.....	83
<i>A del Gelbert und Matthias Htisgen</i> Unternehmensmarken- und Produktmarkenstrategien.....	111

<i>Franz-Rudolf Esch, Thorsten Moll und Jan Eric Rempel</i> Erfolgswirkungen strategischer Markenführung	131
<i>Hans H. Baiter und Alexandra Valtin</i> Einsatz der Brand Scorecard im strategischen Markenmanagement	161
<i>Rainer Zimmermann und Tharek Murad Aga</i> Markenwertbasiertes Management von Premiummarken	191
<i>Christoph Burmann und Lars Blinda</i> Identitätsbasiertes Markenmanagement	209

Dritter Teil

Operatives Marken- und Kundenwertmanagement

<i>Claus Koch</i> Marken und Persönlichkeiten	233
<i>Andreas von Loeper und Thilo Schotte</i> Commitment des Kunden in der Marketingpraxis	251
<i>Bernd W. Wirtz und Katharina P. Roth</i> Grundlagen der Markenbewertung	267
<i>Olaf Gottgens, Bernd W. Wirtz und Jens Giere</i> BBDO Brand Equity Evaluation System (BEES)	297
<i>Mark Esser, Andreas Schmidt und Alexander Granz</i> Markenbewertung etabliert sich auf der Top-Management Agenda	313
<i>Zoltan Bakay, Markus Zimbauer und Manfred Schwaiger</i> Markenwert im Kontext elektronischer Märkte	325
<i>Percy Smend</i> Markenorientierte Vertriebsstrategien im Automobilmarkt	349
<i>Manfred Bruhn und Dominik Georgi</i> Kundenwertmanagement im Dienstleistungsbereich - Ergebnisse einer explorativen Studie	371

Vierter Teil

Integriertes Marken- und Kundenwertmanagement - Branchen Best Practice

Rüdiger Grube

Strategische Führung von Markenportfolios in der Automobilindustrie am
Beispiel der DaimlerChrysler AG.....397

Peter Gerard und Mark Grether

Kundenwertmanagement in Handelsunternehmen.....417

Andreas Burkhart und C. Christian Rdtch

Premium-Branding im Investitionsgütermarkt -
Markenführung bei Mercedes-Benz Lkw.....441

Klaus Morwind und Franz Peter Hennemann

Strategische Markenarchitektur und Markenbewertung bei Henkel.....459

Achim Berg

Marken- und Kundenwertmanagement bei T-Com.....483

Dirk Miller

Marken- und Kundenwertmanagement in komplexen Konglomeraten:
Das Beispiel Siemens.....499

Wolfgang Chur und Jürgen Riesner

Das Beispiel Bosch: Markenloyalität in der Automobilzulieferindustrie.....515

Stichwortverzeichnis.....551