

Carsten Baumgarth (Hrsg.)

B-to-B-Markenführung

Grundlagen – Konzepte –
Best Practice



▮ Inhaltsverzeichnis

Allen

Vorwort	1
Geleitworte	5
Herausgeber	13
Autorenverzeichnis	14

Teil A Besonderheiten und Relevanz der B-to-B-Marke

<i>Carsten Baumgarth</i> Status quo und Besonderheiten der B-to-B-Markenführung	37
<i>Christian Belz</i> Markenführung für komplexe B-to-B-Unternehmen	63
<i>Wolfgang Wünsche</i> Marken- und Unternehmenswert im B-to-B-Bereich – Existenz und Ansatzpunkte zur Optimierung	79

Teil B Theoretische Perspektiven der B-to-B-Marke

<i>Jörg Freiling/Anja Sohn</i> Managementtheoretische Betrachtung von B-to-B-Marken – diskutiert am Beispiel investiver Dienstleistungen	103
<i>Carsten Baumgarth/Sabine Meißner</i> Verhaltenswissenschaftliche Betrachtung von B-to-B-Marken	125
<i>Christoph Burmann/Julia Launspach</i> Identitätsbasierte Betrachtung von B-to-B-Marken	155

Teil C B-to-B-Markenführung

I. Markenpositionierung und Markenstrategie

Susan M. Mudambi/Pallavi Chitturi

Optionen der B-to-B-Markenpositionierung –
Generierung von Wert für den Kunden durch Marken 181

Mathias Westerbarkei/Henning Rabe

Integration und Rebranding der Traktorsparte von *Renault* in die
CLAAS-Gruppe – Ein Unternehmer bürgt mit seinem guten Namen 199

Franz-Rudolf Esch/Christian Knörle

Markenarchitekturstrategien in B-to-B-Märkten
erfolgreich konzipieren und umsetzen 219

Ralph Tunder/Sebastian Behre

Ingredient Branding – Eine Einführung zum
theoretischen Hintergrund und zur strategischen Anwendung 243

Moritz Havenstein

Kaufverhaltensrelevanz von Ingredient Brands 261

Adriana M. Nuneva/Stefanie Jensen

Weltweite Markenführung am Beispiel der *Heidelberger Druckmaschinen AG* 289

Marco Petracca

KMUs zur B-to-B-Marke entwickeln – Praktische Integration
theoretischer Grundlagen am Beispiel der *transfluid Maschinenbau GmbH* 317

II. Interne Markenführung

Carsten Baumgarth/Marco Schmidt

Markenorientierung und Interne Markenstärke als Erfolgstreiber von
B-to-B-Marken – Empirische Belege und Managementempfehlungen 333

Karsten Kilian/Sven Henkel

Von der Markenbotschaft zum Markenbotschafter –
Mitarbeiter als Mittler der Markenidentität 357

Holger J. Schmidt/Diane Pfaff

Interne Verankerung eines Markenclaims

„Sure we can“: Wie man bei *TNT Express* Mitarbeiter und Fahrer

für einen neuen Claim begeistert 379

III. Branding und Design

Sybille Kircher

B-to-B-Branding – Emotionale Markennamen für funktionale Produkte 391

René Will

Corporate Design als effektives Mittel

zur Stärkung der Marke *SEW-EURODRIVE* 407

Christoph Herrmann/Günter Moeller

Design als Instrument der B-to-B-Markenführung 429

Undine von Diemar/Wolfgang Büchner

Rechtliche Absicherung – Fundament einer starken B-to-B-Marke 453

IV. Markenkommunikation

Frank Merkel

Kommunikative Markenführung im B-to-B-Bereich 481

Armin Reins/Veronika Classen

Klassische Werbung als Instrument der B-to-B-Markenführung –

Hier herrscht *Lexware* 505

Lars Binckebanck

Interaktive Markenführung –

Vertrieb als Kommunikationskanal der B-to-B-Marke 517

Manfred Kirchgeorg/Christiane Springer

Relevanz und Ausgestaltung der Messebeteiligungen für B-to-B-Marken 539

Alexander Stendel

Relevanz der neuen Werbeformen für die B-to-B-Markenkommunikation 561

Ralf T. Kreuzer

Dialog-Marketing im Kontext der B-to-B-Markenführung 575

<i>Hans H. Bauer/Tobias Donnevert/Hauke Wetzel/Jan Merkel</i> Integration als Garant erfolgreicher Markenkommunikation – Eine empirische Untersuchung im B-to-B-Markt	613
---	-----

V. Markencontrolling und Marktforschung

<i>Carsten Baumgarth/Salima Douven</i> B-to-B-Markencontrolling – Überblick und Instrumente	635
<i>C. Christian Rättsch/Edgar Bazing</i> Systematisches Markencontrolling am Beispiel der IT-Branche	661
<i>Fritz Brandes/Alexander Biesalski</i> Marktforschung und Markenwertmessung von B-to-B-Marken	685
<i>Uta Herbst/Markus Voeth</i> Markenpersönlichkeitsmessung von B-to-B-Marken	713

Teil D Leitlinien der B-to-B-Markenführung

<i>Kevin Lane Keller</i> Aufbau starker B-to-B-Marken – Ein Leitfaden	733
Marken- und Unternehmensverzeichnis	749
Stichwortverzeichnis	753