

Inhalt

Vorwort	6
1. Was ist eine Marke?	9
Eine Marke ist ein Positives Vorurteil	10
Eine Marke lebt von Wiederholung	13
Die Marke ist der „Hard fact“	16
2. Prinzipien der Markenführung	21
Jede Marke ist einmalig	22
Marken ziehen Grenzen	27
Selbstähnlichkeit als Erfolgsbasis	30
3. Marke und Produkt	37
Erst die Marke gibt Produkten Sinn	38
Produkte sind Leistungsbeweise der Marke	40
Markenkompetenz zeigt sich in Produktdetails	43
4. Marke und Kundschaft	47
Die Kundschaft als Träger der Markeninformation	48
Die 4 Dichteformen von Markenbindung	51
Der Markenkreislauf	57

5. Marke und Werbung	61
Das (Un-)Wesen der Werbung	62
Wie Werbung wirbt	66
Gute Überzeugungsstrategien	76
Die 10 Regeln für Ihre erfolgreiche Markenführung	84
Abschlussbemerkung: Marke ohne Mythos	88
Fast Reader	89
Weiterführende Literatur	94
Die Autoren	95
Register	96