

 Springer Gabler

Springer Bücher sind erhältlich als

 Druckausgabe

Erhältlich auf [springer.com/shop](http://springer.com/shop)

 eBook

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek  
oder auf

► [springer.com/shop](http://springer.com/shop)

## Strategie, Marketing und Informationsmanagement

Reihen-Hrsg.: K.-P. Wiedmann

Die Schriftenreihe gibt Einblick in den aktuellen Forschungsstand zu den Themenfeldern Strategie, Marketing und Informationsmanagement. Sie behandelt vor allem auch solche Fragen, die für die Unternehmenspraxis von Bedeutung sind. Besonderer Wert wird auf die Praxisrelevanz und -anwendbarkeit der Beiträge gelegt. Die Reihe will den Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die unternehmerische Praxis fördern. Zielgruppe sind daher sowohl Studierende und Wissenschaftler als auch Marketingpraktiker und Entscheidungsträger.

### **Kürzlich erschienen:**

P. Gross

#### **Growing Brands Through Sponsorship**

An Empirical Investigation of Brand Image Transfer in a Sponsorship Alliance

M.-M. Peuser

#### **Kompetenzorientierte Markenkooperationen von Energieversorgungsunternehmen im B2B-Kundenbereich**

N. Bausback

#### **Positionierung von Business-to-Business-Marken**

Konzeption und empirische Analyse zur Rolle von Rationalität und Emotionalität



Informationen zu Angeboten auf der [Homepage der Reihe](http://Homepage der Reihe) und [springer.com/authors](http://springer.com/authors)

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany ► Call: + 49 (0) 6221-345-4301 ► Fax: +49 (0)6221-345-4229 ► Email: [customerservice@springer.com](mailto:customerservice@springer.com) ► Web: [springer.com](http://springer.com)