
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Markenführung in der Immobilienwirtschaft	3
2.1	Strategisches Markenmanagement.	3
2.1.1	Was ist eine Marke?	3
2.1.2	Funktionen von Marken.	4
2.1.3	Ziele der Markenführung	6
2.1.4	Markenidentität	9
2.1.5	Markenpositionierung	14
2.1.6	Zusammenhang von Markenidentität, Positionierung, Markenimage	14
2.2	Markenmanagement für Immobilienunternehmen.	16
2.2.1	Charakteristika von Immobilien und Immobilienmärkten	16
2.2.2	Herausforderungen und Chancen einer Markenführungsstrategie	16
2.2.3	Starke Marken in der Immobilienwirtschaft	20
3	Kommunikation für Immobilien und Immobilienunternehmen	23
3.1	Warum Kommunikation?	23
3.2	Kommunikation strategisch planen	25

3.3	Kommunikationsinstrumente und ihre Bedeutung für die Immobilienwirtschaft	31
3.3.1	Mediawerbung	31
3.3.2	Verkaufsförderung	32
3.3.3	Direct Marketing	32
3.3.4	Public Relations	38
3.3.5	Sponsoring	40
3.3.6	Persönliche Kommunikation	41
3.3.7	Messen und Ausstellungen.	41
3.3.8	Event-Marketing	42
3.3.9	Social-Media-Kommunikation.	43
4	Ausblick und Fazit	51
	Literatur.	55



<http://www.springer.com/978-3-658-18202-1>

Markenführung und Markenkommunikation in der
Immobilienwirtschaft

Grundwissen für Einsteiger

Bender, F.; Christoph, C.

2017, IX, 56 S. 12 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18202-1