



Springer Bücher sind erhältlich als

 Druckausgabe

Erhältlich auf springer.com/shop

 eBook

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek
oder auf

► springer.com/shop

Innovatives Markenmanagement

Reihen-Hrsg.: C. Burmann, M. Kirchgeorg

Marken sind in vielen Unternehmen mittlerweile zu wichtigen Vermögenswerten geworden, die zukünftig immer häufiger auch in der Bilanz erfasst werden können. Insbesondere in reiferen Märkten ist die Marke heute oft das einzig nachhaltige Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb. Vor diesem Hintergrund kommt der professionellen Führung von Marken eine sehr hohe Bedeutung für den Unternehmenserfolg zu. Dabei müssen zukünftig innovative Wege beschritten werden. Die Schriftenreihe will durch die Veröffentlichung neuester Forschungserkenntnisse Anstöße für eine solche Neuausrichtung der Markenführung liefern.

Kürzlich erschienen:

E.J. Abraham

Einfluss von Retailer Brands auf das Image von Private Label Brands

Eine experimentelle Analyse im Online-Fashionhandel

M. Adomeit

Markenauthentizität als strategisches Markenführungsinstrument

Identitätsbasierte Re-Konzeptualisierung und Entwicklung einer empirisch validierten Markenauthentizitätsskala

I. Nikic-Cemas

Virtual Reality als neuartiges Kommunikationsinstrument der internen, identitätsbasierten Markenkommunikation

Eine wissenschaftliche Untersuchung am Fallbeispiel der Corporate Brand Merck

Geplante Bände:

M. Diegel

Markenerweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport

Rückwirkungseffekte von Markentransfer- und Co-Branding-Strategien auf das Markenimage



Informationen zu Angeboten auf der Homepage der Reihe und springer.com/authors

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Tiergartenstr. 15-17, 69121 Heidelberg, Germany ► Call: + 49 (0) 6221-345-4301 ► Fax: +49 (0)6221-345-4229 ► Email: customerservice@springer.com ► Web: springer.com