



1. Aufl. 2019, XIV, 223 S. 37 Abb., 16 Abb.  
in Farbe.

#### Printed book

Softcover

[1] 39,99 € (D) | 41,11 € (A) | CHF  
44,50

#### eBook

[2] 29,99 € (D) | 29,99 € (A) | CHF  
35,50

Available from your library or  
[springer.com/shop](http://springer.com/shop)

Jan Dirk Kemming, Jan Rommerskirchen (Eds.)

# Marken als politische Akteure

- **Marken werden als eigenständige Kommunikatoren im Markt und in der Gesellschaft betrachtet**
- **Behandelt theoretische Grundfragen der Markenkommunikation**
- **Erläutert praktische Konsequenzen für das Marketing in Unternehmen**

Eine ausführliche Betrachtung der politischen Markenkommunikation. Marken kommunizieren zunehmend eine Position zu gesellschaftlichen und politischen Themen. Sie nehmen Stellung zu Fragen der sozialen Verantwortung und Gerechtigkeit, der Nachhaltigkeit und des ökologischen Konsums sowie zu gesellschaftspolitischen Trends und Kampagnen. Dieses Buch behandelt die theoretischen Grundfragen der Markenkommunikation und die praktische Umsetzung der strategischen Markenführung zwischen Gesellschaft und Politik. Die einzelnen Beiträge betrachten diese Entwicklung als einen ambivalenten Prozess und untersuchen seine Chancen und Risiken für den gesellschaftspolitischen Diskurs. Die Autoren beantworten in diesem Buch zahlreiche Fragen zur politischen Markenkommunikation. Zu den Inhalten gehören unter anderem die folgenden:

- Die Wechselbeziehung von Politik und Marken
- Marken als politische Akteure und engagierte Bürger in der Demokratie
- Die gesellschaftliche Rolle von Marken in der Systemtheorie
- Die gesellschaftliche Rolle von Marken im kommunikativen Konstruktivismus
- Moralische Marken als soziale Akteure
- Marken und Kultur - historische Entwicklung und theoretischer Ausblick
- Die Politisierung der CSR
- Marken zwischen Lobbying und Public Affairs
- Der CEO als politischer Leuchtturm und Aktivist der Marke
- Purpose Branding und Brand Activism
- Agenda Surfing und politische Achtsamkeit
- Marken und Politik im Marketing
- Agenturen als Werber und Kommunikator

Damit empfiehlt sich dieses Buch nicht nur für Mitarbeiter und Geschäftsführer von Werbeagenturen, sondern auch für Leser mit einem Interesse an politischem Marketing.

Order online at [springer.com](http://springer.com) / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: [customerservice@springernature.com](mailto:customerservice@springernature.com). / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: [customerservice@springernature.com](mailto:customerservice@springernature.com).

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

