

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
Geleitworte	5
Herausgeber	13
Autorenverzeichnis	14

Teil A Besonderheiten und Relevanz der B-to-B-Marke

<i>Carsten Baumgarth</i> Status quo und Besonderheiten der B-to-B-Markenführung	37
<i>Christian Belz</i> Markenführung für komplexe B-to-B-Unternehmen	63
<i>Wolfgang Wiünsche</i> Marken- und Unternehmenswert im B-to-B-Bereich – Existenz und Ansatzpunkte zur Optimierung	79

Teil B Theoretische Perspektiven der B-to-B-Marke

<i>Jörg Freiling / Anja Sohn</i> Managementtheoretische Betrachtung von B-to-B-Marken – diskutiert am Beispiel investiver Dienstleistungen	103
<i>Carsten Baumgarth / Sabine Meissner</i> Verhaltenswissenschaftliche Betrachtung von B-to-B-Marken	125
<i>Christoph Burmann / Julia Launspach</i> Identitätsbasierte Betrachtung von B-to-B-Marken	155

Teil C B-to-B-Markenführung

I. Markenpositionierung und Markenstrategie

Susan M. Mudambi/Pallavi Chitturi

- Optionen der B-to-B-Markenpositionierung –
Generierung von Wert für den Kunden durch Marken 181

Mathias Westerbarkei/Henning Rabe

- Integration und Rebranding der Traktorsparte von *Renault* in die
CLAAS-Gruppe – Ein Unternehmer bürgt mit seinem guten Namen 199

Franz-Rudolf Esch/Christian Knörle

- Markenarchitekturstrategien in B-to-B-Märkten
erfolgreich konzipieren und umsetzen 219

Ralph Tunder/Sebastian Behre

- Ingredient Branding – Eine Einführung zum
theoretischen Hintergrund und zur strategischen Anwendung 243

Moritz Havenstein

- Kaufverhaltensrelevanz von Ingredient Brands 261

Adriana M. Nuneva/Stefanie Jensen

- Weltweite Markenführung am Beispiel der *Heidelberger Druckmaschinen AG* 289

Marco Petracca

- KMUs zur B-to-B-Marke entwickeln – Praktische Integration
theoretischer Grundlagen am Beispiel der *transfluid Maschinenbau GmbH* 317

II. Interne Markenführung

Carsten Baumgarth/Marco Schmidt

- Markenorientierung und Interne Markenstärke als Erfolgstreiber von
B-to-B-Marken – Empirische Belege und Managementempfehlungen 333

Karsten Kilian/Sven Henkel

- Von der Markenbotschaft zum Markenbotschafter –
Mitarbeiter als Mittler der Markenidentität 357

<i>Holger J. Schmidt/Diane Pfaff</i>	
Interne Verankerung eines Markenclaims	
„Sure we can“: Wie man bei TNT Express Mitarbeiter und Fahrer für einen neuen Claim begeistert	379

III. Branding und Design

<i>Sybille Kircher</i>	
B-to-B-Branding – Emotionale Markennamen für funktionale Produkte	391
<i>René Will</i>	
Corporate Design als effektives Mittel zur Stärkung der Marke SEW-EURODRIVE	407
<i>Christoph Herrmann/Günter Moeller</i>	
Design als Instrument der B-to-B-Markenführung	429
<i>Undine von Diemar/Wolfgang Büchner</i>	
Rechtliche Absicherung – Fundament einer starken B-to-B-Marke	453

IV. Markenkommunikation

<i>Frank Merkel</i>	
Kommunikative Markenführung im B-to-B-Bereich	481
<i>Armin Reins/Veronika Classen</i>	
Klassische Werbung als Instrument der B-to-B-Markenführung – Hier herrscht Lexware	505
<i>Lars Binckebanck</i>	
Interaktive Markenführung – Vertrieb als Kommunikationskanal der B-to-B-Marke	517
<i>Manfred Kirchgeorg/Christiane Springer</i>	
Relevanz und Ausgestaltung der Messebeteiligungen für B-to-B-Marken	539
<i>Alexander Stendel</i>	
Relevanz der neuen Werbeformen für die B-to-B-Markenkommunikation	561
<i>Ralf T. Kreutzer</i>	
Dialog-Marketing im Kontext der B-to-B-Markenführung	575

<i>Hans H. Bauer/Tobias Donnevert/Hauke Wetzel/Jan Merkel</i>	
Integration als Garant erfolgreicher Markenkommunikation –	
Eine empirische Untersuchung im B-to-B-Markt	613

V. Markencontrolling und Marktforschung

<i>Carsten Baumgarth/Salima Douven</i>	
B-to-B-Markencontrolling – Überblick und Instrumente	635
<i>C. Christian Rätsch/Edgar Bazing</i>	
Systematisches Markencontrolling am Beispiel der IT-Branche	661
<i>Fritz Brandes/Alexander Biesalski</i>	
Marktforschung und Markenwertmessung von B-to-B-Marken	685
<i>Uta Herbst/Markus Voeth</i>	
Markenpersönlichkeitsmessung von B-to-B-Marken	713

Teil D Leitlinien der B-to-B-Markenführung

<i>Kevin Lane Keller</i>	
Aufbau starker B-to-B-Marken – Ein Leitfaden	733

Marken- und Unternehmensverzeichnis	749
Stichwortverzeichnis	753