

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| 1 Marketingkommunikation mit Corporate Architecture | 1 |
| 1.1 Marketing und Kommunikation | 1 |
| 1.1.1 Identitätsbasierte integrierte Marketingkommunikation | 2 |
| 1.1.2 Multisensuelle Marketingkommunikation | 4 |
| 1.1.3 Corporate Visual Identity, Corporate Design und Corporate Architecture | 5 |
| 1.1.4 Corporate Architecture als „Third Place“, Erlebnismarketingplattform und Eventmarketingbühne | 8 |
| 1.2 Architektur und Kommunikation | 10 |
| 1.2.1 Definition und Begrifflichkeiten | 10 |
| 1.2.2 Wahrnehmung und Verständnis | 12 |
| 1.2.3 Architektonische Komponenten der Kommunikation | 15 |
| 1.2.4 Typologien von Corporate Architecture | 15 |
| 1.3 Geschichte und Meilensteine der Corporate Architecture | 16 |
| 2 Strategie und Ziele von Corporate Architecture | 23 |

X Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| 3 Kommunikative Elemente von Corporate Architecture | 27 |
| 3.1 Strategie und Inszenierung | 27 |
| 3.2 Analogien und Assoziationen | 30 |
| 3.3 Symbolik, Semantik und Syntaktik | 31 |
| 3.4 Multisensualität und Erlebnishaftigkeit | 32 |
| 3.5 Archetypen und Ikonen | 34 |
| 3.6 Prominenz und Co-Branding | 35 |
| 3.7 Serialität und Kanonisierung | 37 |
| 3.8 Konformität und Pluralität | 39 |
| 3.9 Kommunikabilität und Instagrammability | 41 |
| 3.10 Funktionalität und Nutzen | 43 |
| 4 Einsatzfelder von Corporate Architecture | 47 |
| 4.1 Arbeiten, Verwalten und Kommunizieren: Corporate Headquarters | 47 |
| 4.2 Forschen, Produzieren und Lagern: Werk- und Lagerhallen | 51 |
| 4.3 Präsentieren, Beraten und Verkaufen: Retail- und Flagship-Stores, Showrooms und Messestände | 53 |
| 4.4 Dokumentieren, Bewahren und Schützen: Corporate Museums | 61 |
| 4.5 Beherbergen, Bewirten und Entspannen: Hotels, Urlaubsclubs und Restaurants | 65 |
| 4.6 Inspirieren, Inszenieren und Verkosten: Weingüter | 70 |
| 4.7 Begeistern, Beindrucken und Informieren: Corporate Lands, Brand Parks und Visitor Centers | 76 |
| 4.8 Repräsentieren, Bewerben und Modernisieren: Städte und Staaten (<i>Exkurs</i>) | 81 |
| 5 Summary | 91 |
| Was Sie aus diesem Buch mitnehmen können | 95 |
| Literatur | 97 |