

Inhaltsverzeichnis

1	Markenerleben im Spannungsfeld der medialen Digitalisierung und multisensorischen Inszenierung	1
1.1	Die mediale Digitalisierung und die Implikationen für das Markenerleben	2
1.2	Multisensorisches Markenerleben	15
1.3	Wie digitale und analoge Erlebnisse zusammenspielen	29
2	Die Bedeutung der Digitalisierung für die Sphären von Markenführung und Marketing	37
2.1	Wann immer, wo auch immer, was auch immer	38
2.2	Die Macht der Masse	45
2.3	Neue Rahmenbedingungen für Unternehmen	51
2.4	Implikationen für die klassischen 4 P des Marketing	58
3	Das Markenerleben: die neue Leitwährung in der Markenführung	99
3.1	Vom Homo oeconomicus zum ganzheitlichen Menschenbild	100
3.2	Neuroforschung: Hype oder Hilfe?	102
3.3	Markensoma und Markengedächtnis	105
3.4	Keine Entscheidung ohne Emotionen	106
3.5	Ein neues Verständnis der Markenwirkung	108
3.6	Wie ganzheitliches Markenerleben entsteht	112
4	Markenerleben-Management in der Praxis	117
4.1	Markendefinition als Leitstern	119
4.2	Markenerleben-Plattform als Grundlage des Markenmanagement	120
4.3	Positives Markenerleben schafft Markenpräferenz	124
4.4	Implementierung	129
4.5	Wie man Marken erlebbar macht: Deutsche Telekom AG – die Rolle der Marke für die Transformation vom Technik- zum Erlebnisanbieter	133
4.6	Baloise Group – Wie man ein intangibles Produkt erlebbar macht und damit ein Unternehmen transformieren kann	140

5	Markenerleben messen, managen, maximieren	147
5.1	Kanäle – die Kraft liegt in der richtigen Kombination	150
5.2	Identifikation relevanter Kanäle und Bestimmung der Kanalrelevanz	151
5.3	Jede Kategorie hat ihre eigenen Markenerleben-Gesetze	151
5.4	Die richtigen Inhalte bilden eine solide Grundlage	156
5.5	Die Macht der Signale	156
5.6	Vom Markenerlebnis zum Markenergebnis	159
5.7	Optimierung des Markenerlebens am Fallbeispiel Takko Fashion	161
5.8	Der Markenerleben-Index	164
6	Post-digital – die Zukunft des Markenerlebens!	169
7	11 goldene Regeln zum Markenerleben im digitalen Zeitalter	171
Nützliche und inspirierende Webseiten		173
Inspirierende Veranstaltungen		177
Glossar		179
Literaturverzeichnis		183
Sachverzeichnis		191
Die Autoren		201