

# **INHALT**

**1**

## **MARKENBILDER**

*Kein Vorwort, eher ein Vorbild*

**SEITE 10**

**2**

## **MOTIVATION**

*Es gibt genug Ideen, die noch niemand hatte*

**SEITE 20**

**3**

## **MOBILES MARKENMANAGEMENT**

*Markenerfolg liegt auf der Hand*

**SEITE 38**

**4**

## **MERKMALE**

*Die Brand-Anatomie*

**SEITE 66**

**5**

## **MERKBARKEIT**

*Guinness verkauft kein Bier und Erco keine Leuchten*

**SEITE 92**

**6**

**MINIATURISIERUNG**  
*Die (Zeichen-)Sprache der Zukunft*  
**SEITE 120**

**7**

**MORPHING**  
*Brand-Topografie*  
**SEITE 144**

**8**

**MOTION**  
*Branding ist Emotion*  
**SEITE 174**

**9**

**MEHRWERT**  
*Was sonst noch interessant ist*  
**SEITE 184**