

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Einführung in die analoge und digitale Welt der Markennamen	3
3 Positionierungsstrategien als Grundlage der Markennamenentwicklung	9
4 Zielgruppenansprache: B2C- versus B2B-Marken.....	17
5 Typologie der Markennamen	25
6 Herausforderungen beim Markenaufbau in der digitalen Welt	29
7 Markenemotionalisierung.....	33
8 Markenabsicherung.....	39
Schluss	45
Literatur.....	49