

INHALT

Vorwort /3

Einleitung /7

**Keine Marke ohne Zeichen: Die Semiotik
der Marke /20**

Das Markenzeichen /29

Was ist eine Marke? /44

Marken und Emotionen /60

**Markendiskurse oder: Wie wir Konsumenten
Marken machen /68**

Der Owner und seine Marke /92

**Werbung oder: Vom Versprechen zu
Versprechungen /132**

**Die Zukunft der Marken in der digitalen
Kultur /193**

Anmerkungen /213