



INSTITUT FÜR MARKENTECHNIK
GENF

Publikationen





INSTITUT FÜR MARKENTECHNIK GENF

Monographien und Kompendien (Auswahl)

- Deichsel, Alexander: Markensoziologie, 2. erw. Auflage, Frankfurt am Main 2006, Deutscher Fachverlag
- Leibniz, Gottfried Wilhelm: Monadologie – markentechnisch kommentiert/commentaire appliqué à la techniques des marques; Edition bilingue, Genève 2006, Institut für Markentechnik
- Deichsel, Alexander (Hrsg.): Kundenbindung durch Unternehmens- und Markenführung, Hamburg 2003; mit Wolfgang Poppelbaum
- Schmidt, Manfred: Marken im Bermuda-Dreieck. Wo Unternehmen ihr Geld versenken. Und wie sie es wieder heben können, Frankfurt am Main 2003, F.A.Z. Institut
- Deichsel, Alexander u.a., Товарный знак в Европе и в России, Вопросы теории и истории, Санкт-Петербург 2002, Славия, (Marken in Europa und Russland, Fragen der Theorie und Geschichte, Sankt-Petersburg 2002, Slavia)
- Tönnies, Ferdinand: Kritik der öffentlichen Meinung, wissenschaftlich ediert von Alexander Deichsel u.a., Berlin/New York 2002, de Gruyter Verlag
- Domizlaff, Hans: Und alles ordnet die Gestalt – Gedanken und Gleichnisse, ediert von Alexander Deichsel, Zürich 1992, Kriterion Verlag
- Deichsel, Alexander (Hrsg.): Produktive Distanz – Zum Verhältnis von Masse und Elite, Hamburg, 2. Auflage 1987,
- Deichsel, Alexander: Von Tönnies her gedacht, 1987
- Deichsel, Alexander: Soziologie – Eine Einführung, Bertelsmann 1982

Jahrbuch Markentechnik:

Jahrbuch Markentechnik, Frankfurt am Main; Deutscher Fachverlag. Erscheint seit 1995 ff.; Senior-Editor: Prof. Dr. Alexander Deichsel. Aktuelle Ausgabe:

- Jahrbuch Markentechnik 2008/2009, Frankfurt am Main 2008



INSTITUT FÜR MARKENTECHNIK GENF

Fachpresse

Auswahl an Fachbeiträgen, Interviews und Statements

Corporate Social Responsibility

- Fröhlich, Thomas: Erfolg durch gesellschaftliche Verantwortung; in: *DIE WELT* vom 19.09.2007

Controlling und Marke

- Schmidt, Manfred und Cerar, Caroline: Marken-Controlling als konstitutiver Teil der Unternehmensführung; in: *marketing journal* 5/2006

Der Genetische Code der Marke®

- Deichsel, Alexander: Marken reichen weiter; in: *Horizont* vom 11.12.2008
- Fröhlich, Thomas: Der Genetische Code der Milka-Kuh; in: *Die Presse* vom 21.02.2007

Gestalt

- Fröhlich, Thomas: Die Verpackung – allseits stille präsenste Verkäuferin; in: *creativ verpacken* 4/2008
- Biallas, Jan: Gestalt ist ökonomischer Hard-Fact; in: *creativ verpacken* 2/2007

Handel

- Schmidt, Manfred: Kampf um jeden Preis; in: *Horizont* vom 09.04.2009
- Schmidt, Manfred: Premium-Anbieter sollten keine Handelsmarken produzieren; in: *BioHandel* vom 27.01.2009
- Fröhlich, Thomas: Es lebe der Fachhandel!; in: *Harvard Business Manager* 01/2007
- Schmidt, Manfred: Es fliegen die Fetzen; in: *Profil* vom 23.04.2007

Innovation

- Schmidt, Manfred: Starke Marken; in: *BIOwelt* vom 05.12.2008
- Schmidt, Manfred: Top Innovationen 2007 – Dabei sein ist nicht alles; in: *CASH – Das Handelsmagazin* vom 10.01.2008

- Schmidt, Christian: Auf der grünen Werbe-Welle; in: *Handelsblatt* vom 31.12.2007
- Schmidt, Manfred: Grüner Lifestyle bringt der Wirtschaft steigende Umsätze; in: *NZZ am Sonntag* vom 20.05.2007

Kommunikation

- Biallas, Jan: Bitte bequem und appetitlich...; in: *creativ verpacken* 6/2009
- Deichsel, Alexander: Die Marathondisziplin der Kommunikation; in: *Die Presse* vom 09.05.2009
- Fröhlich, Thomas und Deichsel, Alexander: Marketing darf nicht dominieren; in: *Horizont* vom 04.09.2008
- Schmidt, Manfred: Grünes Band war einmal; in: *Frankfurter Rundschau* vom 02.09.2008
- Müller, Wiebke: Werbedribbling im Strafraum; in: *Bestseller* 05/2007
- Müller, Wiebke: Kommunikation muss Leistungen vermitteln; in: *creativ verpacken* 4/2007

Markenführung

- Deichsel, Alexander: Marken im Scheintod; in: *creativ verpacken* 8/2009
- Deichsel, Alexander: Adler oder Zahl; in: *creativ verpacken* 7/2009
- Müller, Wiebke: Starke Marke als Versicherung; in: *DIE WELT* vom 19.09.2009
- Deichsel, Alexander: Zahlungsgemeinschaft Markensystem; in: *creativ verpacken* 5/2009
- Deichsel, Alexander: Wissen wie der Konsument tickt; in: *Markenartikel* vom 31.07.2009
- Deichsel, Alexander: Das Phänomen Audi; in: *Lübecker Nachrichten* vom 20.07.2009
- Fröhlich, Thomas: Wieder richtig reinknien!; in: *Markenprofile* vom 09.06.2009
- Deichsel, Alexander: Marke – Krise – Kapitalismus; in: *Markenartikel* 6/2009
- Deichsel, Alexander: Von wegen Systemfehler!; in: *creativ verpacken* 3/2009
- Deichsel, Alexander: Treu bleibt man nur dem, der sich treu bleibt; in: *dnv – der neue Vertrieb* vom 09.04.2009
- Schneider, Bastian: Erfolgreiche Markenführung ist selbstbestimmte Unternehmensführung; in: *creativ verpacken* 2/2009
- Deichsel, Alexander: Schwierige Zeiten für kreative Karriereplanung; in: *absatzwirtschaft* vom 25.02.2009
- Schmidt, Manfred: Niedergang der großen Namen; in: *WELT am SONNTAG* vom 15.02.2009
- Schmidt, Manfred: Sekt statt Selters – Luxusgüter verkaufen sich auch in Krisenzeiten gut; in: *Flensburger Tageblatt* vom 15.01.09, *Grafschafter Nachrichten* vom 03.01.2009, *Die Rheinlandpfalz* vom 27.12.2008, *Südkurier* vom 24.12.2008, *Osnabrücker Zeitung* vom 22.12.2008, *DowJones VWD News* vom 21.12.2008
- Schmidt, Manfred: Never be trendy – Marke ist das Gegenteil von Trend; in: *werben & verkaufen* vom 27.11.2008
- Fröhlich, Thomas: Wie eine Marke erfolgreich vererbt wird; in: *creativ verpacken* 7/2008
- Schmidt, Manfred: Marken: Werbung macht mobil; in: *Wirtschaftsblatt* vom 24.09.2008
- Deichsel, Alexander: Der globalisierte Markt ist das Wettbewerbsfeld der Herkünfte; in: *DIE WELT* (Sonderausgabe Jahrestagung Markenverband) vom 19.09.2008
- Müller, Wiebke: Mehr Entscheidungssicherheit in der Markenführung; in: *creativ verpacken* vom 05.09.2008

- Fröhlich, Thomas: Marken aus dem Sumpf holen: 13 Gebote für den Manager; in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 19.05.2008
- Deichsel, Alexander: Markenführung stärkt Aktien; in: *DIE WELT* vom 28.03.2008
- Schmidt, Manfred: Die Anti-Fernsehbiere; in: *brand eins* 02/2008
- Deichsel, Alexander: Lassen Sie sich nicht verführen; in: *acquisa* 01/2008
- Deichsel, Alexander: Der Millionen-Kampf um den Typen von Seite eins; in: *Hamburger Morgenpost* vom 17.01.2008
- Deichsel, Alexander: Luxus war schon immer global; in: *Markenartikel* 1-2/2008
- Schmidt, Manfred: Heterogene Preispositionen; Risiken im globalisierten Markt; in: *Kompendium der Schuhwirtschaft*, Jahrbuch 2008, Frankfurt am Main 2008, F.A.Z.-Institut
- Deichsel, Alexander: Hard Facts in der Markenwerbung: Leistungen binden Kunden; in: *Kompendium der Schuhwirtschaft*, Jahrbuch 2008, Frankfurt am Main 2008, F.A.Z.-Institut
- Schmidt, Christian: Anerkannte Instanzen für die eigene Marke nutzen; in: *creativ verpacken* 8/2007
- Schneider, Bastian: Das Sortiment muss durchgesetzt werden; in: *creativ verpacken* 7/2007
- Weber, Mattias: Neuer Name – neues Glück?; in: *creativ verpacken* 6/2007
- Schmidt, Manfred: Markenbildung für Anfänger: Nicht das Geld schafft die Marke; in: *Wirtschaftsblatt* vom 26.09.2007
- Schmidt, Manfred: Wer auf der Trendwelle surft, wird untergehen; in: *Wiener Zeitung* vom 18.09.2007
- Deichsel, Alexander: Luxusmarken sind Vorbilder der Markenführung; in: *marketing journal* 7/2007
- Deichsel, Alexander: Markenführung im Dienstleistungssektor; in: *Markenartikel* 4/2007
- Schmidt, Manfred: Das ist klassisch; in: *Der Standard* vom 13.04.2007
- Fröhlich, Thomas: Auch Imbissbuden brauchen Markenführung; in: *Horizont* vom 06.04.2007
- Schmidt, Manfred: Karstadts goldenes Geheimnis; in: *Berliner Zeitung* vom 02.03.2007
- Schmidt, Manfred: Standhaft bleiben – Marken unter dem Druck der Globalisierung; in: *absatzwirtschaft* Sonderausgabe Marken 3/2007
- Schmidt, Manfred: Eine liebesähnliche Beziehung; in: *NZZ am Sonntag* vom 11.02.2007
- Schmidt, Manfred: Wie verhält sich eine Marke gegenüber Kopien aus dem Billiglager?; in: *absatzwirtschaft* vom 24.01.2007
- Deichsel, Alexander: Das Arbeitsprinzip von Marken; in: *creativ verpacken* 1/2007

Markenpositionierung

- Deichsel, Alexander: Der Pakt mit der Öffentlichen Meinung; in: *creativ verpacken* 4/2009
- Deichsel, Alexander: Premium will gefunden werden; in: *ElektroMarkt* vom 04.02.2009 und in: *Mediaseller* vom 18.12.2008
- Weber, Mattias: Marken handeln selbstbestimmt; in: *creativ verpacken* 8/2008
- Schmidt, Manfred: Die inneren Werte; in: *Lebensmittel Zeitung* vom 28.11.2008
- Fröhlich, Thomas: Neue Marktchancen; in: *W&V Media* vom 08.10.2008
- Deichsel, Alexander: Von Massen und Marken; in: *creativ verpacken* 6/2008
- Müller, Wiebke: Eine starke Marke steht für Leistungen und Qualitäten; in: *DIE WELT* vom 26.09.2008

- Biallas, Jan: Was ein Unternehmen stark macht; in: *Die Wirtschaft* 10/2007
- Schmidt, Manfred: Versunkene Schätzchen; in: *Wirtschaftswoche* vom 16.07.2007
- Schmidt, Manfred: Von Sunkist und Leckmuscheln; in: *Handelsblatt* vom 14.08.2007
- Fröhlich, Thomas: China sucht Marken; in: *Markenartikel* 05/2007
- Deichsel, Alexander: Tief ins Glas schauen; in: *Der Standard* vom 18.05.2007
- Schmidt, Manfred: Standhaft bleiben; in: *absatzwirtschaft* vom 12.03.2007

Qualität und Preis

- Deichsel, Alexander: Labels, Logos, Werbesprüche; in: *Wirtschaftswoche* vom 09.02.2009
- Müller, Wiebke: Schluss mit dem Billigwahn; in: *Basler Zeitung* vom 18.07.2007
- Fröhlich, Thomas: Werte und Jobs wurden vernichtet; in: *Der Standard* vom 27.03.2007
- Fröhlich, Thomas: Nur wahre Substanz zieht Kundschaft an; in: *Wiener Zeitung* vom 09.03.2007
- Schmidt, Manfred: Wie verhält sich eine Marke gegenüber Kopien aus dem Billiglager?; in: *absatzwirtschaft online* vom 24.01.2007
- Fröhlich, Thomas: Mit den richtigen Partnern in neue Märkte; in: *Neue Zürcher Zeitung* vom 04.01.2007

Selbstähnlichkeit

- Deichsel, Alexander: Die Marke ist ein lebendes System; in: *W&V Compact* 09/2007
- Schneider, Bastian: Selbstähnlichkeit – das Grundprinzip von Marken; in: *creativ verpacken* 3/2007

Stiftungen

- Deichsel, Alexander: Beitrag zum Thema „Stiftungen“; in: *Die Zeit* vom 29.11.2007

Vertrauen

- Deichsel, Alexander: Heute Procter, morgen Danone; in: *W&V* vom 26.07.2007

Wachstum

- Deichsel, Alexander und Müller, Wiebke: Marken-Mathematik: $1 + 1 = 1$. Oder: Die Markenkraft als verlässliche Zielgröße bei Mergers & Acquisitions; in: *marke41* 02/2008
- Schmidt, Christian: Nachhaltiges Wachstum durch Erschließung neuer Geschäftsfelder; in: *marketing journal* 11/2007
- Schmidt, Manfred: Marke, wichtig wie Finanztransaktion; in: *Die Presse* vom 24.09.2007
- Biallas, Jan: Dynamik ist Systemeigenschaft der Marke; in: *creativ verpacken* 5/2007
- Schmidt, Manfred: Das Scheinduell verliert an Reiz; in: *Horizont* vom 05.04.2007

TV (Auswahl)

Wirtschaft

- Deichsel, Alexander: Wirtschaftsrezession und Aussichten für 2009; in *Hamburg 1*, Sendung: „*Betrifft Hamburg*“ vom 21.01.2009
- Schmidt, Manfred: Namensfindung beim Start-up; in *Venture TV* vom 06.10.2009

Genf, Dezember 2009

Kontaktinformationen:

Institut für Markentechnik SA
39, rue Vautier
CH-1227 Genève-Carouge

Tel.: + 41 (22) 879 80 40
Fax: + 41 (22) 879 80 41

www.markentechnik.ch