



JAHRBUCH MARKENTECHNIK

2008/2009

Herausgeber

Alexander Deichsel, Manfred Schmidt

Redaktion

Jan Biallas, Wiebke Müller, Bastian Schneider, Mattias Weber

Deutscher Fachverlag

Inhaltsverzeichnis

Editorial	5
 Markenherausforderung: Globalisierung	
China: Branding Practices, Trends and Strategies	15
Rengang Huang, Genf/Peking	
Wege zur Eroberung der Marktführerschaft in China	37
Carsten Suckrow, München	
Silhouette: Mit der europäischen Markenpositionierung in den USA gewinnen	51
Arnold Schmied, New York/Linz	
Marken evolutiv stärken – auch in der Globalisierung	73
Manfred Schmidt, Genf	
Une Marque de Luxe ne s’incline jamais	100
Eine Luxusmarke beugt sich nie	101
Michel Guten, Paris	
Der globalisierte Markt ist das Wettbewerbsfeld der Herkünfte	121
Alexander Deichsel, Genf/Hamburg	

Markenwelt

- Raiffeisen – Markenerfolg mit den eigenen Werten 137
Simone Maier Begré, St. Gallen
- MPC Capital – Markenaufbau zu Hanseatischen Bedingungen 155
Axel Schroeder, Hamburg
- Der Radiosender als Markensystem 177
Martin Busch, Bremen
- Vom Sanierungsfall zum Weltmarktführer
Markenaufbau in Deutschland Ost 193
Ludwig Koehne, Leipzig

Markentechnik

- Marken-Controlling als konstitutiver Teil der Unternehmensführung 223
Caroline Cerar, St. Gallen
- Innovationen machen nur dann einen Sinn, wenn sie im Markt
durchgesetzt werden 233
Manfred Schmidt, Genf
- Jeder in seiner Klasse – die Chancen des Fachhandels 243
Thomas Fröhlich, Genf
- Der Augenoptiker als Letztveredler 257
Thomas Kochniss, Wetzlar
- Wie man die Marke im Tagesgeschäft verankert 279
Christian Schmidt, Genf
- Markenwerte bei Akquisitionen zuverlässig absichern 297
Wiebke Müller, Genf

Gestaltschlussfolgerungen managen	309
Alexander Deichsel, Genf/Hamburg	

Markentheorie

Discounting ist nicht die Zukunft der Wirtschaft	331
C. Christian von Weizsäcker, Köln	

Positive Vorurteile – Segensreiche Wirkungen	347
Oliver-Carlo Errichiello / Arnd Zschiesche, Hamburg	

Forschungsbericht: Publikationen zur Marke im Blick der Genfer Schule	369
Jan Biallas / Bastian Schneider / Mattias Weber / Alexander Deichsel (federf.)	

Horizonte

UNESCO-Weltkulturerbe: Qualitatives Wachstum mithilfe externer Instanzen	389
Bernd Freiherr von Droste zu Hülshoff, Paris/Frankfurt Oder	

Von den „Betrachtungen eines Malers“ zur Markensoziologie – Beiträge zur Wirkungsgeschichte der Markentechnik Hans Domizlaffs ...	403
Peter Sumerauer, Frankfurt	

Einleitung Leibniz, Monadologie	433
Monadologie	434
Markentechnische Anmerkungen	435
Gottfried Wilhelm Leibniz, Hannover/Wien	

Autorenverzeichnis	449
---------------------------------	-----