

Inhalt

Geleitwort von Prof. Dr. Lothar J. Seiwert 7

Einführung 9

Teil 1: So werden Sie die Nr. 1 im Kopf Ihrer Zielgruppe

von Peter Sawtschenko

1. **Was ist Branding?** 15
2. **Branding ist die Summe aller Dinge, die ein Unternehmen erfolgreich macht** 22
3. **Strategie kontra Kreativität** 32
4. **Konzentrieren Sie sich auf den Kern der Marke** 56
5. **Jede Marke braucht eine klar definierte Zielgruppe** 63
6. **Wie Ihr Verhalten Sie zu einer Marke macht** 69
7. **Die *Intel-inside*-Strategie** 83
8. **Besetzen Sie eine Positionierungsnische** 90
9. **Vergrößern Sie Ihren Markt durch eine neue Verwendungskategorie** 97
10. **Besetzen Sie eine Marktnische mit einem Pionierprodukt** 108
11. **Markenaufbau zum Nulltarif?** 115
12. **Vier Techniken zur Platzierung einer Marke** 125
13. **Wie ein Key-Visual zu einem Markenzeichen wird** 133

14. **Stecken Sie Ihren Claim ab 143**
15. **Ihr Erscheinungsbild entscheidet, was andere von Ihnen denken 149**
16. **Unterscheiden Sie sich durch Farben 156**
17. **Geben Sie Ihrem Kind einen Namen – den richtigen Namen 161**
18. **Nutzen Sie die Macht der Presse 171**
19. **Markenaufbau benötigt Kontinuität und Konsequenz 177**

Teil 2: Wert und Möglichkeiten von Markenschutz

von Andreas F. Herden

1. **Warum überhaupt Markenschutz? 183**
2. **Wie erhält man eine Marke? 191**
3. **Die weiteren Schritte 207**
4. **Der Wert einer Marke 213**
5. **Ausblick auf die weitere Bedeutung des Markenschutzes 218**

Anhang

Das amtliche Waren- und Dienstleistungsverzeichnis 221

Literaturverzeichnis 257

Stichwortregister 261