



## Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen



**Download**



**Online Lesen**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen

*Jörg Lüer*

Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen Jörg Lüer

 [Download Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen ...pdf](#)

 [Online lesen Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen ...pdf](#)

## Downloaden und kostenlos lesen Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen Jörg Lüer

---

78 Seiten

### Kurzbeschreibung

Früher hat sich der klassische Brand Manager in der Mehrzahl der Unternehmen mit relativ einfachen Markenstrukturen konfrontiert gesehen. Bis zur heutigen Zeit hat sich diese überschaubare Zahl von Markenstrukturen nahezu vollkommen gewandelt. Die Einführung zahlreicher neuer Marken und Mergers & Acquisitions (M&A) führte zu einer Vergrößerung bestehender Markenportfolios. Viele Unternehmen managen heute kaum noch überschaubare Markenportfolios. Hiermit werden häufig mehr als nur eine Marke zur Markierung eines bestimmten Produktes oder Dienstleistung benutzt. Markenmanager sehen sich oftmals wichtigen markenarchitektonischen Fragen ausgesetzt, wenn z.B. eine weitere Produktmarke eingeführt werden soll und das Management sich fragt, unter welchem Namen dies erfolgen sollte. Auch wenn eine zugekaufte Marke in das bestehende Markensystem integriert werden muss, stellt sich die Frage, ob sie ihren Namen beibehalten soll oder in eine andere Marke transferiert werden soll. Durch die systematische Ordnung der Marken und Namen soll die aufgebaute Kraft der beteiligten Marken genutzt werden, um sich gegenüber Konkurrenten durchzusetzen. Die Herausforderung des Aufbaus und der Gestaltung von Markenarchitekturen liegt darin, dass Unternehmensmarken so aufgebaut werden, dass diese auf andere Marken transferiert werden können, Vertrauen signalisieren und dadurch die Kaufwahrscheinlichkeit erhöhen. Dabei soll die Architektur für den Kunden klar und logisch aufgebaut und Synergien innerhalb des Portfolios durch gegenseitige Unterstützung der Marken genutzt werden. Fraglich ist, wie die Markenarchitektur zu optimieren ist. Der Schlüssel zur Beantwortung dieser Frage stellt die Wahrnehmung der Marken durch die Zielgruppe dar. Denn nur wenn die Konsumenten ein genaues Vorstellungsbild von den jeweiligen Marken haben, wohnt den Marken eine Selektionskraft inne, die die Kaufentscheidung im Sinne des Unternehmens beeinflusst. Auf Basis der Analyse der Beziehungen zwischen den Marken sowie zwischen Marke und Produkt, um den Einfluss und die Bedeutung der einzelnen Marken zu ermitteln, soll die Markenarchitektur sinnvoll gestaltet werden. Über den Autor und weitere Mitwirkende  
Jörg Lüer, Studium an der Ernst-Moritz-Arndt Universität Greifswald, Abschluss 2008 als Diplomkaufmann.  
Download and Read Online Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen Jörg Lüer #4UAVOK5YI8Q

Lesen Sie Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen von Jörg Lürer für online ebook Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen von Jörg Lürer Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen von Jörg Lürer Bücher online zu lesen. Online Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen von Jörg Lürer ebook PDF herunterladen Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen von Jörg Lürer Doc Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen von Jörg Lürer Mobipocket Gestaltung und Aufbau von Markenarchitekturen von Jörg Lürer EPub