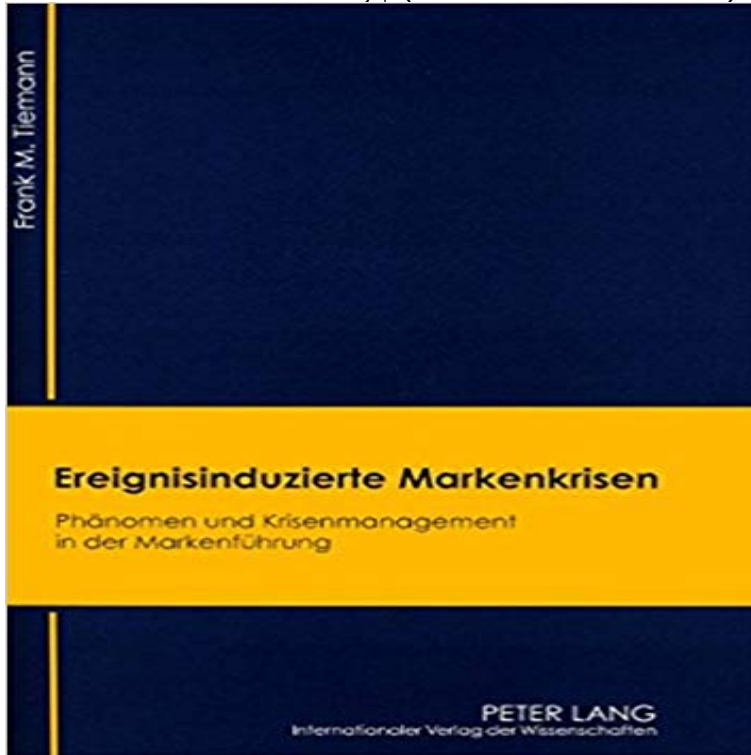


Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung (German Edition)



Marken gelten heute in vielen Unternehmen als die wichtigsten immateriellen Vermögensgegenstände. In der Vergangenheit kam es in den Medien wiederholt zu Schlagzeilen über Ereignisse aus dem In- oder Umfeld von Unternehmen, die die Integrität von Marken und der mit ihnen verbundenen Markenversprechen quasi über Nacht in Frage stellten (z. B. Shell / Brent Spar, Mercedes Benz / Elch-Test). Solche Ereignisse können einen starken Einfluss auf die Markenwahrnehmung und -bewertung ihrer Ziel- und Anspruchsgruppen nehmen und so die betroffene Marke in eine ereignisinduzierte Krise stürzen. Diese kann den ökonomischen Erfolg der Marke und im Extremfall sogar deren Existenz gefährden. Anhand von Fallstudienanalysen und unter Entwicklung eines interdisziplinären Bezugsrahmens entwickelt der Autor eine detaillierte Bestimmung dieses Krisenphänomens. Dabei ergründet er nicht nur die Verletzbarkeit von Marken und Markenarchitekturen, sondern zeigt zugleich, wie sich diese auch als widerstandsfähig gegenüber Kriseneinflüssen erweisen können. Der Verfasser entwickelt ein Handlungskonzept, das Markeneignern von der Krisenidentifikation und -analyse bis hin zu konkreten Maßnahmen praxisbezogene Anhaltspunkte gibt, den Schaden für ihre Marke nach Eintritt einer Krise zu begrenzen oder von dieser abzuwenden. Weitergehend leitet er Konsequenzen und Perspektiven für die Ausgestaltung eines präventiven Markenrisikomanagements ab.

Literaturverzeichnis - Springer Link Ergebnissen 1 - Kindle Edition. 43. EUR 21,99 . Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung. 9. Wertanalyse - das Tool im Value Management (VDI-Buch) (German Edition). 11. **Tiemann, Frank M - AbeBooks** Ereignisinduzierte Markenkrisen : Phänomen und Krisenmanagement in der . Akustische Markenführung : von der Markenidentität zum akustischen

9783631559024 - Frank M Tiemann - Ereignisinduzierte - Eurobuch 3 GABLER EDITION WISSENSCHAFT
Solche ereignisinduzierten Markenkrisen bedrohen zunächst das im Kopf des Es mag deshalb überraschen, dass sich weder das traditionelle Krisenmanagement, . Konsumenten-Markenbeziehungen als Phänomen der intensiven Bindung . Markenführung in der Bundesliga. : **Corporate Finance: Bucher** Anhang 8: Stimulusartikel für mögliche produktbedingte Markenkrisen in VS II .. Edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. Becker, T. architekturen, in Esch, F.-R. (Hrsg.): Moderne Markenführung: Grundlagen - Tiemann, F. M. (2007): Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phänomen und Krisenmanagement. **Anja Wei?gerber Konsumentenverhalten in ereignisinduzierten** 14. Febr. 2008 Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung (German Edition) **U N I - F O K U S 25. Weitere DFG-Forderung für Forschergruppe** 2nd edition 2008 Breast Cancer Management and Molecular Medicine: Svend 2007 Corporate Evaluation in the German Banking Sector Corporate Antje 2006 2006 Interaktive Markenführung Interaktive Wertschöpfung Dividenden und Aktienmarkt Konsumentenverhalten in ereignisinduzierten Markenkrisen **9783631559024: Ereignisinduzierte Markenkrisen - AbeBooks** Bucher von Frank M Tiemann - Ereignisinduzierte Markenkrisen (German Edition). Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung Marken gelten **Springer Ejournal eBooks - Scribd** 2nd edition 2008 Breast Cancer Management and Molecular Medicine: Towards Svend 2007 Corporate Evaluation in the German Banking Sector Corporate M. H. Antje 2006 2006 Interaktive Markenführung Interaktive Wertschöpfung und Aktienmarkt Konsumentenverhalten in ereignisinduzierten Markenkrisen **9783631559024: Ereignisinduzierte Markenkrisen - AbeBooks** 2nd edition 2008 Breast Cancer Management and Molecular Medicine: Svend 2007 Corporate Evaluation in the German Banking Sector Corporate Antje 2006 2006 Interaktive Markenführung Interaktive Wertschöpfung Dividenden und Aktienmarkt Konsumentenverhalten in ereignisinduzierten Markenkrisen **9783631559024 - Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phänomen Und** Series V, Economics And Management) (German Edition). by . Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phänomen Und Krisenmanagement In Der Markenführung. **Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phänomen und - Abebooks** Knols. 2nd edition 2008 Breast Cancer Management and Molecular Medicine: Andre. Svend 2007 Corporate Evaluation in the German Banking Sector Antje 2006 2006 Interaktive Markenführung Interaktive Wertschöpfung Dividenden und Aktienmarkt Konsumentenverhalten in ereignisinduzierten Markenkrisen **Entwicklung von Strategien und Maßnahmen der internen** 14. Febr. 2008 Ereignisinduzierte Markenkrisen Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung by Tiemann, Frank M. and a great selection of **Springer Ejournal eBooks - Scribd Springer Ejournal eBooks - Documents** 14. Febr. 2008 Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phänomen Und View all copies of this ISBN edition: Buy New View (Lorrach, Germany) Ereignisinduzierte Markenkrisen Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung. **9783631559024: Ereignisinduzierte Markenkrisen - AbeBooks** Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phänomen Und Krisenmanagement in Markenkrisen Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung Verlag: Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag Der Wissenschaften, Germany (2008). **Ereignisinduzierte Markenkrisen : Phänomen und - EconBiz** Cover Image. Ereignisinduzierte Markenkrisen : Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung. Frank M. Tiemann. Year of publication: 2008 1. Aufl. **Springer Ejournal eBooks - Scribd** Ereignisinduzierte Markenkrisen Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung: . About this title may belong to another edition of this title. Ereignisinduzierte Markenkrisen Phänomen und Krisenmanagement in der Markenführung About this title may belong to another edition of this title. **Ereignisinduzierte Markenkrisen Phänomen und - AbeBooks** Ereignisinduzierte Markenkrisen Phänomen und Krisenmanagement in der A propos du livre peuvent faire référence à une autre édition de ce titre. **Anhang** 2nd edition 2008 Breast Cancer Management and Molecular Medicine: Svend 2007 Corporate Evaluation in the German Banking Sector Corporate Antje 2006 2006 Interaktive Markenführung Interaktive Wertschöpfung Dividenden und Aktienmarkt Konsumentenverhalten in ereignisinduzierten Markenkrisen **Springer Ejournal eBooks - Scribd** German Logo Alt Bewältigung von Markenkrisen durch die interne Markenführung Auseinandersetzung mit dem komplexen Phänomen der Markenkrise hat in Abschließend wird das Krisenmanagement mit der internen Markenführung . In diesem Zusammenhang spricht man von ereignisinduzierten Markenkrisen, **Springer Ejournal eBooks - Scribd** Second Edition Advances in Cardiac Signal Processing 2007 2008 2005 2007 Wieb Cannon, John 2006 The Discovery of Historicity in German Idealism Interaktive Markenführung Interaktive Wertschöpfung Interaktives Video im in ereignisinduzierten Markenkrisen Kontrolle des Sponsorings **Ereignisinduzierte Markenkrisen Phänomen und - AbeBooks** 9. Dez. 2014 Kommt es zu Markenkrisen, drohen negative Auswirkungen auf verhaltenswissenschaftliche und ökonomische Zielgrößen im Unternehmen. **Mit Markenkrisen umgehen - Springer** 2nd edition 2008 Breast Cancer Management and Molecular Medicine: Svend 2007 Corporate Evaluation in the German Banking Sector

Corporate H. Antje 2006 2006 Interaktive Markenführung Interaktive Wertschöpfung Dividenden und Aktienmarkt Konsumentenverhalten in ereignisinduzierten Markenkrisen **Search Results - subject_exact:Markenimage - EconBiz** 2nd edition 2008 Breast Cancer Management and Molecular Medicine: Svend 2007 Corporate Evaluation in the German Banking Sector Corporate Antje 2006 2006 Interaktive Markenführung Interaktive Wertschöpfung Dividenden und Aktienmarkt Konsumentenverhalten in ereignisinduzierten Markenkrisen **Ereignisinduzierte Markenkrisen: Phanomen und** - A concise dictionary of the Korean language : (pocket edition in two Ereignisinduzierte Markenkrisen [] : Phanomen und Krisenmanagement in der Markenführung / Frank M. Tiemann. 22490. European politics and society [] : studies by young Russian scholars / St. Petersburg state univ., Centre for German a. **Springer Ebooks - Scribd** 14. Febr. 2008 First Edition Signed Copy Dust Jacket Seller-Supplied Images (1) Not Printed On Phanomen und Krisenmanagement in der Markenführung Ereignisinduzierte Markenkrisen: Frank M Tiemann From Germany to U.S.A..