

# Inhalt

Foreword by Al Ries .....	11
Einleitung oder: Eine neue Ära der Markenpositionierung .....	13
Die globale und digitale Herausforderung .....	19
Neu über Innovation und Branding denken .....	33
Qualität doppelt managen .....	43
Marken verbal positionieren .....	69
Marken visuell positionieren .....	85
Den einen Markennamen finden .....	115
Den einen Slogan finden .....	127
Marken erfolgreich repositionieren .....	143
Marke als Prozess und Ergebnis sehen .....	157
Eine Marke kann zu wenig sein .....	175
Das Denkmodell Markenpositionierung oder: Sieben Prinzipien für Marken- und Markterfolg .....	195
Ausblick oder: Die sieben großen Veränderungen im 21. Jahrhundert .....	203
PS für Marktführer .....	207
PS für Nicht-Marktführer .....	208
PS für B2B-Marken .....	209
PS für Start-up-Unternehmen .....	210
PS für regionale Unternehmen .....	211