
Vorwort

Erfolgreiche Marken haben einen enormen Wert – keine Frage. Audi, Google, Ikea oder auch Red Bull betreiben vorbildlich konsistente Markenführung. Welchen Wert aber haben diese Marken genau? Wie kann man diesen zielgerichtet messen, steuern und dabei weiterhin aktive Markenführung betreiben? Welche Methoden sind wirklich verlässlich und welche Grenzen gibt es bei Markenbewertungsverfahren? Und: Braucht man die Informationen über den Wert einer Marke in der Praxis wirklich?

Professor Dr. Henrik Sattler gibt Antworten auf diese Fragen. Der renommierte Wissenschaftler und Markenexperte beleuchtet dieses komplexe Thema aus Managementsicht und zeigt auf, wie sinnvoll es für jeden Markenverantwortlichen ist, den Wert seiner Marke zu kennen.

Interessant ist dieses Buch insbesondere für Vorstände, Geschäftsführer und Marken-Verantwortliche in werbungtreibenden Unternehmen, Marketingexperten, Agenturen, Kreative – aber auch für Controller und Finanzexperten.



<http://www.springer.com/978-3-658-08800-2>

Finanzielle Bewertung von Marken

Ein praxisorientierter Leitfaden

Sattler, H.

2014, IX, 41 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-08800-2