

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Handlungshintergrund für die digitale Markenführung</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Kennzeichnung der digitalen Markenführung</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>Ausgestaltung der digitalen Markenführung</b>	<b>11</b>
4.1	Gestaltungsfeld „Unabhängigkeit von Zeit und Raum“	11
4.2	Gestaltungsfeld „Interaktion“	13
4.3	Gestaltungsfeld „Personalisierung und Individualisierung“	25
4.4	Gestaltungsfeld „Content-Marketing“	28
4.5	Gestaltungsfeld „Cross-mediale Vernetzung“	32
4.6	Gestaltungsfeld „Mut“	36
<b>5</b>	<b>Verankerung der (digitalen) Markenführung</b>	<b>39</b>
	<b>Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können:</b>	<b>43</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>45</b>

Ausgewählte Aspekte des Digital Branding  
Handlungskonzepte für die digitale Markenführung

Kreutzer, R.T.; Merkle, W.

2015, IX, 46 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-09209-2