
Vorwort

Dieses Buch zeigt, wie eine agile Markenführung in dynamischen Märkten gelingen kann. Der Ansatz verbindet die klassische Stabilitäts- und Kontinuitätsfunktion der Markenführung mit einer beschleunigten Entscheidungsfindung und der Möglichkeit, die Markenstrategie effektiv und rechtzeitig neuen Marktsituationen anzupassen. Mit den Prinzipien der agilen Markenführung wollen wir einen Beitrag dazu leisten, das Marketing auf die Marktrealitäten von heute und morgen auszurichten.

Die Veränderungen der Wirtschaftswelt gerade in den letzten Jahren waren vielfältig, fundamental und schnell, während die Instrumente und Konzepte der Markenführung – u. a. Positionierung, Differenzierung und Markenidentität – weitestgehend seit Jahrzehnten in unveränderter Form angewendet werden. Vielleicht ist auch diese Kluft zwischen der Marktrealität und den verwendeten Management-Werkzeugen ein Aspekt, der zum Bedeutungsverlust der Marketingstrategie innerhalb von Unternehmen geführt hat. Vielfach schlug uns in der Beratungspraxis der Tenor entgegen, die Formulierung einer langfristigen Marketingstrategie würde sich angesichts der Schnelllebigkeit der Märkte nicht mehr lohnen. Wir sind der Meinung, dass man gerade deswegen nicht auf eine fundierte Strategie verzichten kann.

Dieses Buch richtet sich in erster Linie an Marketing-Praktiker – Marken-Verantwortliche in Unternehmen, Markenstrategen in Agenturen und Beratungen sowie an die wissenschaftliche Marketing-Gemeinschaft. Wir wollen mit der agilen Markenführung sowohl Denkanstöße und Inspiration als auch praktische Empfehlungen für die Markenarbeit geben. Außerdem haben wir die Hoffnung, auch Nicht-Marketer mit den Prinzipien der agilen Markenführung anzusprechen. Denn wir sind davon überzeugt, dass Markenarbeit und Markenbewusstsein in allen Funktionen und Hierarchien unverzichtbar sind.

Wir freuen uns über Anregungen, Meinungen und Diskussionen zur agilen Markenführung. Sie erreichen uns über annette.bruce@creative-advantage.de und christoph.jeromin@creative-advantage.de. Zusätzliche Inhalte finden Sie auf der Website zum Buch unter www.agile-markenfuehrung.de.

Bedanken möchten wir uns bei Constanze Rehn für die Mitarbeit bei der Erstellung des Manuskriptes. Auf Verlagsseite geht unser Dank an Rolf-Günther Hobbeling und sein Team für die kompetente und humorvolle Unterstützung im Entwicklungsprozess dieses Buches sowie an Anja Schüür-Langkau, die mit ihrer Initiative den Startschuss für das Buch gegeben hat.

Wir wünschen allen Lesern eine kurzweilige, interessante und nützliche Lektüre!

Hamburg, im November 2015

Dr. Annette Bruce
Christoph Jeromin

Agile Markenführung

Wie Sie Ihre Marke stark machen für dynamische
Märkte

Bruce, A.; Bruce, A.

2016, XIII, 125 S. 18 Abb., 11 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-658-11808-2