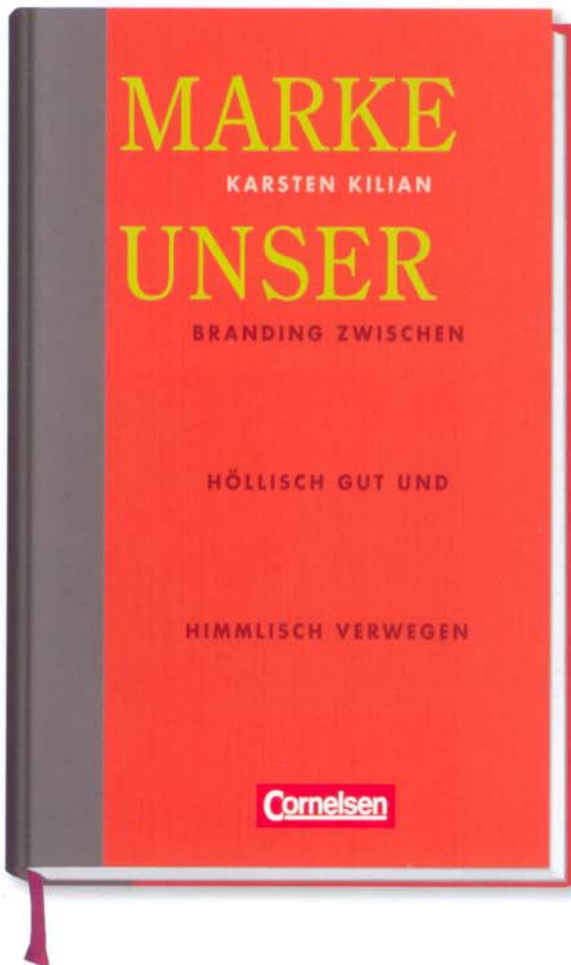


Kultmarken und Markenkult



Marke unser – Branding zwischen höllisch gut und himmlisch verwegen

Von Karsten Kilian

ca. 80 Seiten, Halbleinen, geb.
Format: 12,5 x 19 cm

ca. € (D) 14,95

€ (A) 15,40 | sFr 27,40*

ISBN 978-3-589-23452-3

Warengruppen-Nr.: 1 191

Auslieferung: September



9 783589 234523

- Alles über „Kultmarken“ – das In-Thema schlechthin
- Warum Marken Spaß machen
- So weckt der Markenkult Emotionen
- Amüsant geschrieben und voller Wortspiele

Der Autor

Karsten Kilian ist einer der führenden Markenexperten. Seine Website markenlexikon.com gilt mit bis zu 60.000 Besuchern monatlich als größtes Markenportal im deutschsprachigen Raum. Er führt regelmäßig Management-Seminare durch, lehrt an mehreren Hochschulen im In- und Ausland und wird unter www.markeunser.de einen eigenen Weblog zum Buch einrichten.

Dienen Kultmarken als Religionsersatz? Dieser Frage nähert sich das kurzweilig geschriebene Buch auf unterhaltsame Weise. Der Autor untersucht den Werdegang von Marken und ihren Weg in den Markenhimmel, die Bildung von Markengemeinschaften und die Wirkung von Slogans. Ganz nebenbei wird dabei eine Reihe bekannter Kultmarken (ent)mystifiziert. Ausführlich widmet er sich u. a. Marken wie *Apple* (iPod/iPhone), *Mercedes*, *Rolex* oder *Harley-Davidson*.

Die Zielgruppe

Jeder, der sich für Marken und Werbung interessiert