

Competence Center Holistic Branding – Lehrstuhl Marketingmanagement

Die Analyse von Problemstellungen der Markenführung gehört zu einer Domäne der Marketingwissenschaft. Allerdings steht die Erforschung der ganzheitlichen Führung komplexer Markenobjekte noch in den Anfängen. Zu den komplexen Markenobjekten zählen

- Unternehmensmarken
- Verbände & Stiftungen
- Shopping Center
- Messen & Mega Events
- Städte & Regionen
- Industriecluster

Die besonderen Probleme der Markenführung liegen in ihrem vielschichtigen Leistungscharakter, in multiplen Zielgruppenbezügen, in übergreifenden Koordinationserfordernissen sowie ausgeprägten Sekundäreffekten der Markenprofilierung begründet. Angesichts des zunehmenden weltweiten Wettbewerbs nimmt der Profilierungsdruck für Unternehmen, Regionen und Industrieclustern zu. Der gezielte Aufbau und die Profilierung von Marken avanciert somit immer mehr zum kritischen Erfolgsfaktor.

Das Forscherteam im Competence Center Holistic Branding beschäftigt sich mit der systematischen Analyse dieser komplexen Markenobjekte. Unsere Forschungen liefern Antworten auf folgende Fragen:

- Wie sind die relevanten Stakeholdergruppen der Markenführung zu identifizieren und zu analysieren?
- Wie sind Markenpositionierungen bei multiplen Zielgruppen zu messen und zu steuern?
- Welche Verhaltensrelevanz haben affektive und kognitive Dimensionen des Markenimages?
- Welche Markenarchitekturen können für komplexe Markenobjekte eingesetzt werden?
- Welche Marketinginstrumente und Organisationsprinzipien sind für die Markenführung in unterschiedlichen Kontexten erfolgsversprechend?
- Welche Ansätze sind zur Bewertung komplexer Markenobjekte einzusetzen?

Zur Erforschung dieser Fragestellungen kooperiert der LMM mit Wissenschaftlern verschiedener Universitäten und Disziplinen. Die Zusammenarbeit mit führenden Markenunternehmen, Beratungs- und Marktforschungsinstituten bietet eine hervorragende Grundlage für den Aufbau einer umfangreichen und qualitativ hochwertigen Datenbasis für unsere Forschungsaktivitäten.

Team des Competence Centers Holistic Branding

Wissenschaftliche Mitarbeiter/innen

- ▶ Dipl.-Kfm. Gunther Greven

Doktorand/In

- ▶ Dipl.- Kffr. Birgit Sponheuer
- ▶ Dipl.- Kfm. Kai Thürbach
- ▶ Dipl.- Kfm. André-Bastian Soudah