
Vorwort

Mit dem Herausgeberband „Identitätsbasierte Luxusmarkenführung“ werden die aktuellen Herausforderungen und innovative Lösungskonzepte der Luxusmarkenführung umfassend behandelt. Die Führung von Luxusmarken ist aus unserer Sicht ein sehr wichtiges Thema mit zahlreichen noch nicht ausgeschöpften Erfolgspotenzialen. Einerseits ist der Luxusmarkt trotz Finanzkrise und zurückgehender allgemeiner Konsumausgaben weiterhin auf Wachstumskurs, vor allem wegen der Entwicklungen in China, Indien, Russland und Brasilien. Andererseits haben einige Luxusmarken mit erheblichen Problemen zu kämpfen, weil ihre Authentizität in Frage gestellt wird und sie unter verfehlten Markenführungsentscheidungen leiden. Das wissenschaftlich und praktisch bewährte Konzept der identitätsbasierten Markenführung bietet hier die Chance, die Erfolgspotenziale von Luxusmarken effizient und umfassend auszuschöpfen.

Unser Dank gilt an dieser Stelle allen Autoren für ihre wertvollen Beiträge. Ohne sie wäre dieses Werk nicht möglich gewesen. Darüber hinaus möchten wir uns beim Gabler Verlag/Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH – insbesondere Frau Barbara Roscher und Frau Jutta Hinrichsen – bedanken, die uns bei der Anfertigung bei dieses Werkes stets eine große Hilfe waren.

Allen Lesern wünschen wir nun interessante und anregende Einblicke in die spannende Welt der Luxusmarken. Wir freuen uns über Feedback und Anregungen für zukünftige Auflagen.

Bremen, Juni 2012
Mannheim, Juni 2012,
Düsseldorf, Juni 2012,

Univ.-Prof. Dr. Christoph Burmann
Prof. Dr. Verena König
Dr. Jörg Meurer

Identitätsbasierte Luxusmarkenführung

Grundlagen - Strategien - Controlling

Burmann, C.; König, V.; Meurer, J. (Hrsg.)

2012, XIII, 340 S. 29 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-8349-4059-9