

NICOLAI O. HERBRAND/
STEFAN RÖHRIG
(HRSG.)

DIE BEDEUTUNG DER TRADITION
FÜR DIE MARKENKOMMUNIKATION

KONZEPTE UND INSTRUMENTE ZUR
GAMZETZLICHEN AUSWIRKUNG DES
ERFOLGSPOTENZIALS MARKENHISTORIE

EDITION
HISTORIE
P.A.O.M.
WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN

Wie wirkt die Markenhistorie auf Identität, Image und Positionierung der Marke? Welche Potentiale birgt sie für das Markenmanagement? Diesen Fragen geht der Sammelband „**Die Bedeutung der Tradition für die Markenkommunikation**“ der Herausgeber **Nicolai O. Herbrand** und **Stefan Röhrig** nach. Das Buch enthält unter anderem Beiträge von Wissenschaftlern wie Franz-Rudolf Esch und Praxisbeispiele erfolgreicher Unternehmen.

Es richtet sich an Manager, Berater, Wissenschaftler und Studenten.

Bestellung: www.history-management.com

