

inhalt

Vorwort	9
<i>Von Prof. Dr. Dieter Herbst</i>	
Geleitworte	
Mick Jagers Rasierwasser	16
<i>Von Matthias Matussek</i>	
Faszination – Gemeinsamkeiten zwischen Marken und Menschen	19
<i>Von Prof. Ermut Geldmacher</i>	
Begriffe und Konzepte	
Einführung in Marketing und Markenführung	25
<i>Von Jens Augustowsky und Alexander Nold</i>	
Konzepte der Markenführung	45
<i>Von Marijana Kelava und Julia Franziska Scheschonka</i>	
Wenn Persönlichkeiten wirken: das Image	69
<i>Von Prof. Dr. Dieter Herbst</i>	
Imagetransfer zwischen Marken und Prominenten	93
<i>Von Jens Hagendorf und Alexandra Prümke</i>	
Wenn Marken zu Menschen werden	119
<i>Von Holger Hüttlin</i>	
Parasozial interagieren mit Medienfiguren	135
<i>Von Dr. Monika Suckfüll</i>	
Dienstleistungsmarketing – Konzept für den Menschen als Marke?	151
<i>Von Jürgen-M. Edelman</i>	
PR für Personen	161
<i>Von Prof. Dr. Karl Nessmann</i>	
Zehn Thesen zu „Der Mensch als Marke“	181
<i>Von Prof. Dr. Dieter Herbst</i>	
Beispiele	
Vermarktung von Prominenten – Interviews mit Experten	191
<i>Von Jens Hagendorf und Alexandra Prümke</i>	
Goethe als Marke	217
<i>Von Branko Woischwill</i>	
Marlene D. – Diva zwischen Mythos und Marketing	235
<i>Von Martin Friedemann</i>	

David Bowie – Die Chamäleon-Marke	269
<i>Von Beate Behrendt und Roxana Panetta</i>	
Stars aus der 2. Reihe in Hollywood	291
<i>Von Susanne Wischnewski</i>	
Die Vermarktung von Prominenten	317
<i>Von Peter Olsson</i>	
Fußballer als Marke	331
<i>Von Miriam Herzberg</i>	
Websites von Politikerinnen und Politikern	359
<i>Von Nicola Döring</i>	
Boygroups – tanzende Schokoriegel?	383
<i>Von Sabine Biniek und Markus Koch</i>	
Marke Mensch oder – „kann heute jeder ein Star werden?“	411
<i>Von Thomas Anders</i>	
Schauspieler als Marke – Gespräch mit Jürgen Vogel	421
<i>Bearbeitet von Ralph-Patrick Chukwuedo</i>	
Faszination Drag Queens	435
<i>Von Thorsten Kadel</i>	
Mensch nach Maß: Der virtuelle Marken-Star	451
<i>Von Catriona McLaughlin</i>	
Who do you want to be today?	479
<i>Von Franziska Linke</i>	
Schlussbemerkung des Herausgebers	497
<i>Von Prof. Dr. Dieter Herbst</i>	
Über die Autorinnen und Autoren	498
Über die Sponsoren	501