

---

Christoph Kochhan · Thomas Könecke ·  
Holger Schunk  
(Hrsg.)

# Marken und Start-ups

Markenmanagement und Kommunikation  
bei Unternehmensgründungen



Springer Gabler

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	1
Christoph Kochhan, Thomas Könecke und Holger Schunk	
<b>Marke und Kommunikation in Start-ups: Ergebnisse einer Interviewstudie</b> .....	7
Yannick Nicolai Amend, Natalija Berdi, Johanna Kern, Regina Rundau, Miriam Schmelz, Christoph Kochhan und Holger Schunk	
<b>Markenführung von Start-ups – eine Studie bei Fintechs</b> .....	33
Hannah Mechenbier, Simon Neumann und Thomas Könecke	
<b>BEST of Branding für Start-ups</b> .....	55
Karsten Kilian	
<b>Markenpositionierung von Start-ups – von der Bestimmung zur Umsetzung</b> ....	85
Susanne Epple und Claudia Späth	
<b>Intrapreneurship, eine Strategie zur Markenneupositionierung am Beispiel des Yourfone-Launch im deutschen Mobilfunkmarkt</b> .....	99
Arne Meyer-Ramien	
<b>Erfolgsfaktor Unternehmenskultur für die Markenwahrnehmung von Start-up-Unternehmen: Merkmale, Bedeutung, Gestaltungsmöglichkeiten</b> ....	133
Gabriele Mielke, Sarah Lobenstein und Peter Mantel	
<b>Interne Kommunikation in agilen Start-ups: Ergebnisse einer qualitativen Befragung</b> .....	155
Katrin Allmendinger, Anna Frommknecht und Miriam Kraus	
<b>Presse- und Medienarbeit für Start-ups</b> .....	167
Beate Semmler	

---

<b>Strategisches Handeln von Start-ups im Kontext der Mediatisierung: Eine empirische Analyse der kommunikativen Praktiken der Markenführung</b> .....	187
Sven-Ove Horst	
<b>Start-ups und junge Gründer: Praxis der Markenführung und Kommunikation.</b> .....	213
Frank Heemsoth	
<b>Start-up mit Markenkraft</b> .....	231
Tom Moog	

uat