

1. Record Nr.	UNINA9910484079903321
Autore	Schwertfeger Marko
Titolo	Handelsmarkenmanagement : Grundlagen – Strategien – Umsetzung // von Marko Schwertfeger
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-09053-7
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (IX, 144 S. 50 Abb., 8 Abb. in Farbe.)
Disciplina	658.8
Soggetti	Marketing Trade Business Commerce
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Grundlagen -- Prozess des Handelsmarkenmanagements -- Handelsmarken in verschiedenen Branchen - Fallstudien.
Sommario/riassunto	Dieses Buch liefert die Grundlagen für eine professionelle Führung von Handelsmarken und diskutiert strategische und operative Aspekte. Dabei zeigt es die Unterschiede zu Herstellermarken, verschiedene Erscheinungsformen von Handelsmarken sowie aktuelle Entwicklungen auf. Marko Schwertfeger erläutert, wie Handelsunternehmen mit Handelsmarken ein Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb erlangen und gleichzeitig die Gewinnmarge erhöhen können. Zudem gibt er einen Überblick über die Handelsmarkenführung in verschiedenen Branchen (u.a. Lebensmittel, Drogerieartikel und Mode). Am Ende eines jeden Kapitels werden Wiederholungs- und Vertiefungsfragen gestellt. Der Inhalt Grundlagen Prozess des Handelsmarkenmanagements Handelsmarken in verschiedenen Branchen - Fallstudien Der Autor Prof. Dr. Marko Schwertfeger war mehrere Jahre in verschiedenen Positionen innerhalb der Metro Group bei der real,- SB Warenhaus GmbH angestellt. In seiner letzten Tätigkeit setzte er sich intensiv mit Themen des Shopper Marketings auseinander. Heute ist er Professor für Handelsmanagement an der bbw Hochschule Berlin und berät Handelsunternehmen.

