

I. Inhaltsverzeichnis

I. Inhaltsverzeichnis	5
II. Abbildungsverzeichnis	7
III. Abkürzungsverzeichnis	8

1 Einleitung

1.1 Ziel des Buches	9
1.2 Aufbau des Buches & Methodik	11

2 Marken & Namen

2.1 Was eine Marke ist (Herkunft & Begriffsdefinitionen)	13
2.2 Was ein Name ist (Relevanz & Terminologie)	16

3 Dimensionierung von Markennamen

3.1 Ökonomischer Wert	21
3.2 Tri*m (Messung von Kundenbindung)	24
3.3 Begriffsmonopol (Prototypensemantik)	26
3.4 First Call	29

4 Kriterienanalyse

4 Welche Kriterien sind relevant, welche nicht?	36
---	----