

Bernd Gottschalk/Jan Dannenberg (Hrsg.)

Markenmanagement in der Automobil-Zulieferindustrie

Vom Lieferanten zum Entwicklungs-
und Wertschöpfungspartner



Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	7
Teil I	
Grundlagen des Managements von Zuliefermarken.....	9
Kapitel 1	
Die Bedeutung der Automobil-Zulieferer für Innovation und Markenstärke in der Automobilindustrie.....	11
<i>(Prof. Dr. Bernd Gottschalk, Präsident, VDA)</i>	
Kapitel 2	
Markendifferenzierung als Grundlage für zukünftige Wertschöpfungsstrategien.....	23
<i>(Dr. Jan Dannenberg, Director, Mercer Management Consulting; Dr. Romed Kelp, Principal, Mercer Management Consulting; Christian Kleinhans, Principal, Mercer Management Consulting)</i>	
Kapitel 3	
Markenmanagement und Markenpolitik der Automobil-Zulieferer.....	47
<i>(Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Universität Kassel)</i>	
Teil II	
Markenführung in der Automobil-Zulieferindustrie.....	73
Kapitel 1	
AVL - Von der wissenschaftlichen Denkfabrik zur High-Tech-Marke.....	75
<i>(Dipl.-Ing. Michael Ksela, Unternehmenssprecher AVL und CEO Scoop)</i>	
Kapitel 2	
Bosch - Innovation mit Tradition.....	91
<i>(Wolfgang Chur, Geschäftsführer, Robert Bosch GmbH)</i>	

Kapitel 3	
Continental -	
German Engineering als internationaler Markenwert.....	115
<i>(Heinz-Jürgen Schmidt, Leiter Marketing und Vertrieb, Continental AG)</i>	
Kapitel 4	
Branding bei Johnson Controls:	
Mehrwert durch Markenwerte.....	133
<i>(Nicole Keller, Group Director Global Strategie Planning, Johnson Controls Automotive Group)</i>	
Kapitel 5	
INA, FAG und LuK - die Automotive-Marken	
der Schaeffler-Gruppe: Premium als Leistungsversprechen	151
<i>(Dr. Jürgen M. Geißinger, Vorsitzender der Geschäftsleitung, Schaeffler Gruppe)</i>	
Kapitel 6	
MAHLE - eine Marke im Wandel.....	175
<i>(Prof. Dr.-Ing. Heinz K. Junker, Vorsitzender der Konzern-Geschäftsführung, MAHLE GmbH)</i>	
Kapitel 7	
ZF Friedrichshafen AG -	
Technologieführerschaft als Markenmehrwert.....	197
<i>(Dr. Siegfried Goll, Vorsitzender des Vorstands, ZF Friedrichshafen AG)</i>	
Teil III	
Handlungsempfehlungen.....	217
Ansatzpunkte für das Management von Zuliefermarken.....	219
<i>(Dr. Jan Dannenberg, Director, Mercer Management Consulting)</i>	
Autorenverzeichnis.....	231