

Risikomanagement für Marken

Risiken, die Ihre Marke
bedrohen – Identifikation,
Analyse und Kontrolle



WOLFGANG SCHILLER
ROLAND ERBEN
NORBERT HEBEIS

WILEY

Risikomanagement als ganzheitlicher Marken- schutz

Leser

Führungskräfte und Unternehmensberater aus den Bereichen Risikomanagement, Markenführung, strategische Unternehmensführung. Geschäftsführer, Vorstände und Inhaber. Risikomanager.

Platzierung im Buchhandel

Management /
Risikomanagement

Das Risikomanagement konzentriert sich häufig auf gegenständliche Werte, etwa beim Brandschutz oder bei Versicherungen gegen Maschinenbruch. Demgegenüber wird dem „unsichtbaren“ Vermögen oft wenig Beachtung geschenkt.

Dies gilt insbesondere auch für den Wert „Marke“. Das ist umso verwunderlicher, da Marken für den Wert eines Unternehmens doch von großer Bedeutung sind. Ihr Wert übersteigt bei manchen Unternehmen den des Sachkapitals um ein Vielfaches.

Gefahren für Marken lauern überall, zum Beispiel in der Produkt- und Preispolitik, in der Werbung und beim Produktdesign. Anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien führen die Autoren Risikoanalysen durch, decken Bedrohungspotenziale auf und zeigen, wie Marken geschützt werden können – im Unternehmen ebenso wie gegenüber Wettbewerbern.

Wolfgang Schiller ist Inhaber der auf integrierte Markenberatung ausgerichteten Schiller Brand Company.

Dr. Roland Franz Erben ist Chefredakteur des Fachmagazins *RISKNEWS* und arbeitet als selbstständiger Unternehmensberater. In Kooperation mit der Schiller Brand Company berät er Unternehmen auf dem Gebiet des Brand Risk Management. Er ist Autor des Wiley-Titels *Allein auf stürmischer See - Risikomanagement für Einsteiger* (siehe Seite 18).

Norbert Hebeis ist Rechtsanwalt und Partner bei der Sozietät Graf von Westphalen Bappert & Modest. Zuvor war er Leiter der europäischen Markenabteilung eines US-Mischkonzerns.

Marken sind ein wichtiger und schützenswerter Bestandteil des Unternehmenswertes. Die Autoren untersuchen Gefahren, die das Potenzial von Marken bedrohen, und zeigen, wie Risiken frühzeitig zu erkennen und Gegenmaßnahmen einzuleiten sind.

2004. Ca. 270 Seiten.
Gebunden.

Ca. € 69,-/sFr 102,-
ISBN 3-527-50119-3

Erscheinungstermin:
November 2004

