



## **CSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility)**



**Download**



**Online Lesen**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# **CSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility)**

*Springer Gabler*

**CSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility)** Springer Gabler



[Download CSR und Brand Management: Marken nachhaltig führe ...pdf](#)



[Online lesen CSR und Brand Management: Marken nachhaltig fü...pdf](#)

**Downloaden und kostenlos lesen CSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen  
(Management-Reihe Corporate Social Responsibility) Springer Gabler**

---

196 Seiten

Kurzbeschreibung

Marken zählen zu den wichtigsten Werttreibern von Unternehmen. Zugleich sind sie relevante Bindeglieder und Vertrauensanker zwischen Unternehmen und Gesellschaft. Positioniert sich eine Marke gezielt als nachhaltig, kann ein Image- und Reputationsaufbau auf längere Sicht erfolgen. Marken werden auf diese Weise Ausdruck des CSR-Engagements eines Unternehmens und vermitteln Vertrauen, Transparenz und Partizipation. Die erfolgreiche Navigation von Marken auf wandelnden Märkten bleibt ein komplexes facettenreiches Thema. Ein nachhaltiges Brand Management ist, genauso wie CSR, ein elementarer Bestandteil der Unternehmensstrategie. Dieser Band zeigt, wie Marken systematisch und mit einem ganzheitlichen Ansatz erfolgreich geführt werden können. Buchrückseite

Marken zählen zu den wichtigsten Werttreibern von Unternehmen. Zugleich sind sie relevante Bindeglieder und Vertrauensanker zwischen Unternehmen und Gesellschaft. Positioniert sich eine Marke gezielt als nachhaltig, kann ein Image- und Reputationsaufbau auf längere Sicht erfolgen. Marken werden auf diese Weise Ausdruck des CSR-Engagements eines Unternehmens und vermitteln Vertrauen, Transparenz und Partizipation. Die erfolgreiche Navigation von Marken auf wandelnden Märkten bleibt ein komplexes facettenreiches Thema. Ein nachhaltiges Brand Management ist, genauso wie CSR, ein elementarer Bestandteil der Unternehmensstrategie. Dieser Band zeigt, wie Marken systematisch und mit einem ganzheitlichen Ansatz erfolgreich geführt werden können. **Der Inhalt - Nachhaltiges Brand Management**

- Messbarkeit von CSR
- Marken als Treiber der Nachhaltigkeit
- Erwartungen der Zivilgesellschaft an Markenunternehmen
- Corporate Volunteering und Marken

- 8 Marken - Best Practices aus unterschiedlichen Branchen  
**Die Herausgeber Anne-Kathrin Kirchhof** ist Beraterin für Kommunikation und CSR bei SWELL und hat langjährige Erfahrungen als Leiterin Unternehmenskommunikation und CSR-Beauftragte in national wie international tätigen Unternehmen gesammelt. In zahlreichen NGOs auf internationaler wie lokaler Ebene engagiert sie sich für das Thema CSR und Brand Management.  
**Dr. Oliver Nickel** ist einer der bekanntesten Markenberater in Deutschland. Aus seiner langjährigen Markenberatungserfahrung gründete er SWELL, eine Brand Planning Agentur, die den kreativen Geist einer Innovationsagentur mit dem strukturierten Denken einer Strategieberatung verbindet.

**Die Reihe**"In der CSR-Managementreihe werden bestehende Ansätze durch neue Ideen und Konzepte ergänzt, um so dem Paradigma eines nachhaltigen Managements gerecht zu werden. Damit soll ein neuer Standard in der unternehmerischen Praxis sowie Managementliteratur gesetzt werden." (René Schmidpeter)  
Über den Autor und weitere Mitwirkende

**Anne-Kathrin Kirchhof**, M.A. rer.-pol., vereint 20 Jahre Berufserfahrung mit drei Perspektiven: Extern als Beraterin für Unternehmen, Institutionen und öffentliche Verwaltung, intern als ehemalige Pressesprecherin, Leiterin Unternehmenskommunikation und CSR-Beauftragte in national wie international tätigen Unternehmen. Drittens, die der Zivilgesellschaft – in ihren ehrenamtlichen Ämtern bei NGOs auf internationaler wie lokaler Ebene. Bei SWELL ist sie für Kommunikation und CSR verantwortlich.  
**Dr. Oliver Nickel** ist einer der bekanntesten Markenberater in Deutschland. Er hat über 20 Jahre

Markenberatungserfahrung bei internationalen Konzernen, mittelständisch geprägten Unternehmen und inhabergeführten Familienunternehmen. 2012 gründete er SWELL, eine neuartige Brand Planning Agentur, die Inspiration und den kreativen Geist einer Innovationsagentur mit dem strukturierten Denken einer Strategieberatung verbindet.

Download and Read Online CSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility) Springer Gabler #BT86RZSF9K1

Lesen Sie CSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility) von Springer Gabler für online ebookCSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility) von Springer Gabler Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen CSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility) von Springer Gabler Bücher online zu lesen. Online CSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility) von Springer Gabler ebook PDF herunterladenCSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility) von Springer Gabler DocCSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility) von Springer Gabler MobiPocketCSR und Brand Management: Marken nachhaltig führen (Management-Reihe Corporate Social Responsibility) von Springer Gabler EPub