

## Veröffentlichung zum Thema Co-Branding

Die wissenschaftliche Gesellschaft für Marketing in Münster hat einen Beitrag von Michael Christoph Schmid zum Thema Co-Branding veröffentlicht.

Herausgeber der Veröffentlichung mit dem Titel »Co-Branding – Welche Potenziale bietet Co-Branding für das Markenmanagement« ist Professor Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert, vielzitiertes »Vater« des Marketings in Deutschland und Gründer des ersten deutschen Marketing-Lehrstuhls.

In dem Beitrag von Michael Christoph Schmid mit dem Titel »Visuelle Identitäten von Co-Brand-Produkten« werden Lösungsansätze für das Produkt- und Designmanagement in Anlehnung an die Theorie der identitätsorientierten Markenführung von Meffert vorgestellt.

Fazit des Beitrags: Co-Brand-Produkte haben insbesondere dann ein hohes Erfolgspotential im Markt, wenn die visuellen Identitäten beider Partnermarken stark ausgeprägt sind und dennoch erfolgreich in einen Zusammenhang gebracht werden können.

Die komplette Veröffentlichung »Co-Branding – Welche Potenziale bietet Co-Branding für das Markenmanagement« mit weiteren Beiträgen u.a. von Professor Baumgarth, BBDO Consulting sowie Best-Practice-Beispielen von Langnese-Iglo, Ford und Siemens können Sie bei Interesse direkt per Internet unter folgendem link [www.wissenschaftliche-gesellschaft.de](http://www.wissenschaftliche-gesellschaft.de) bei der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing bestellen.

