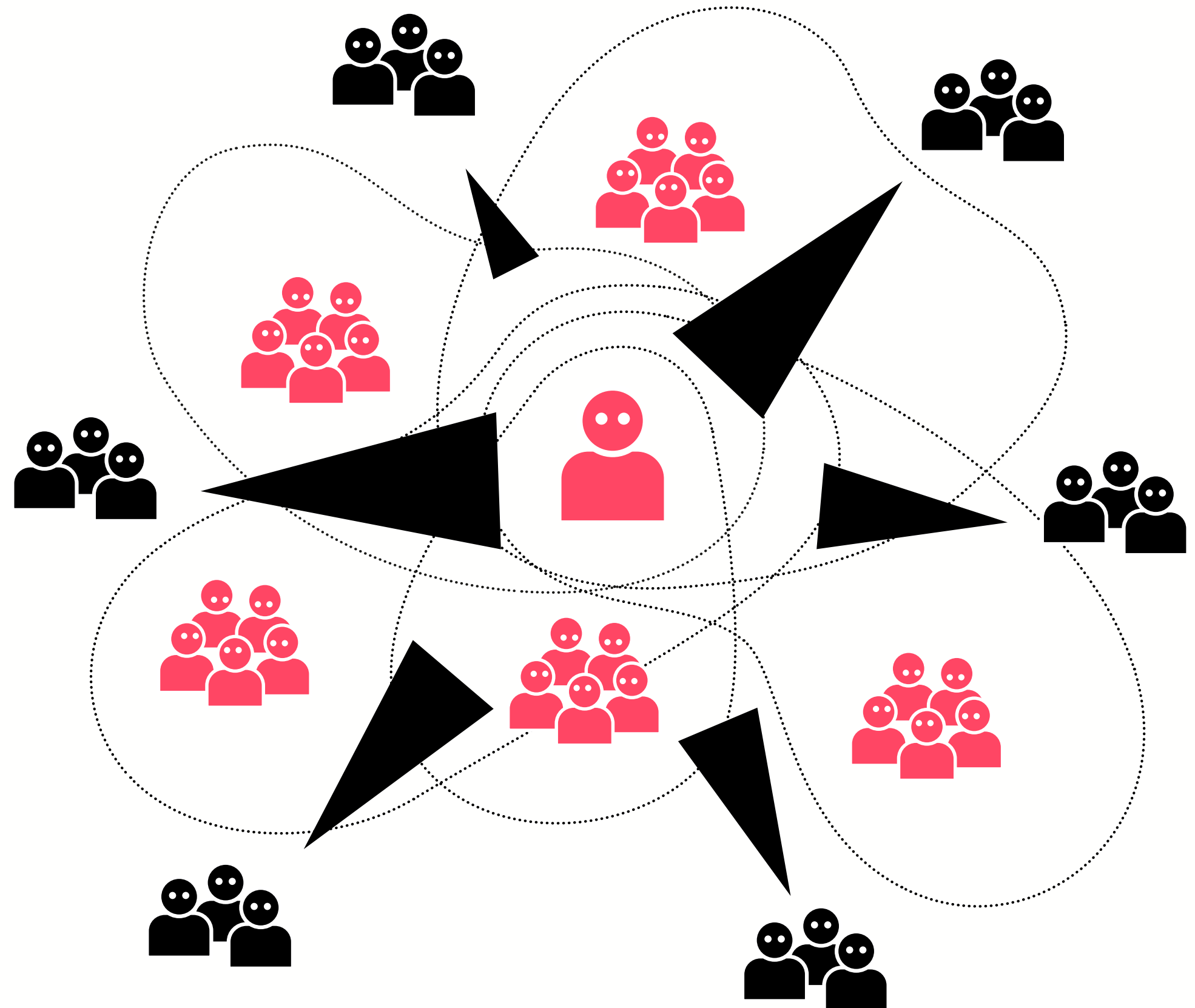


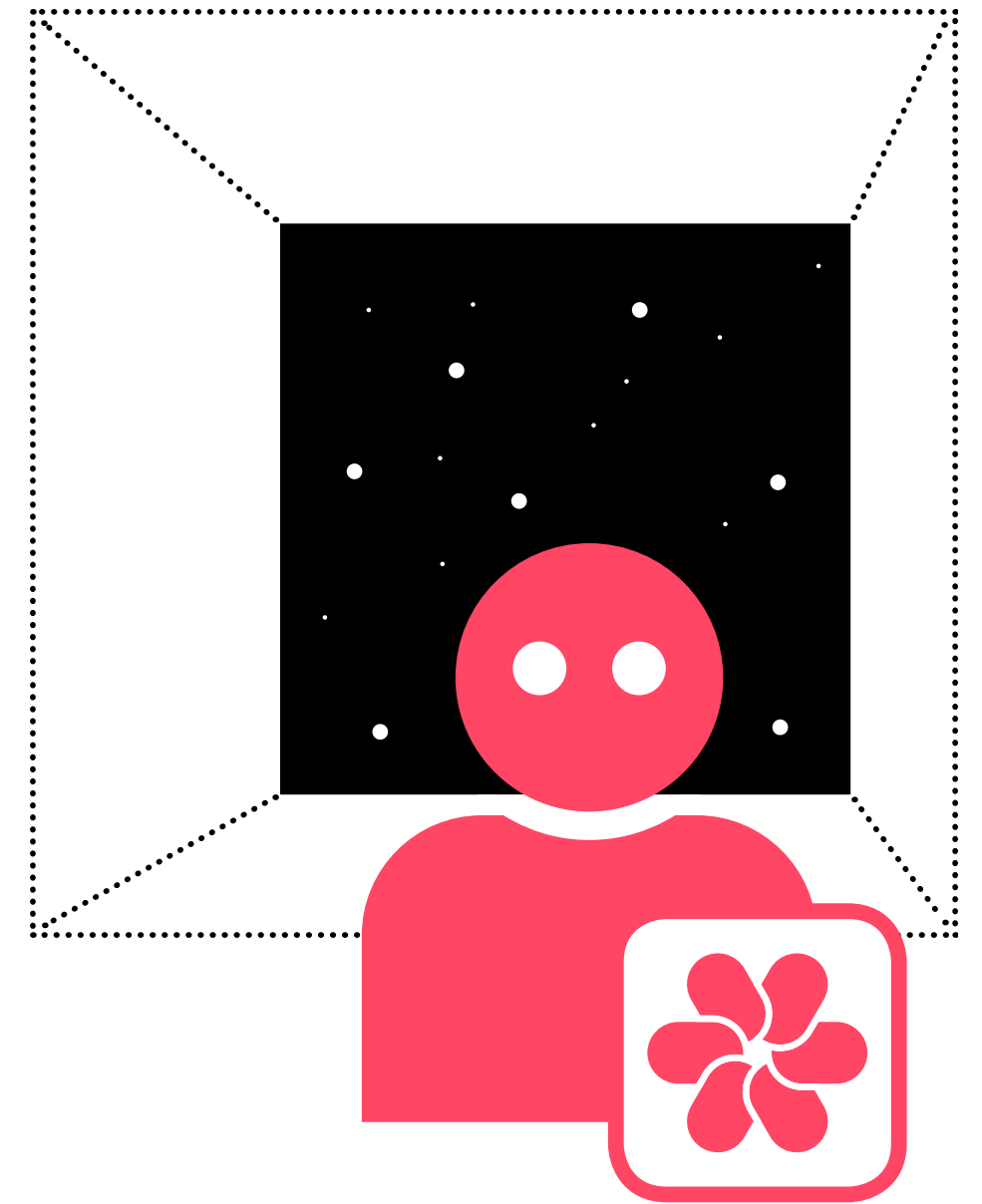
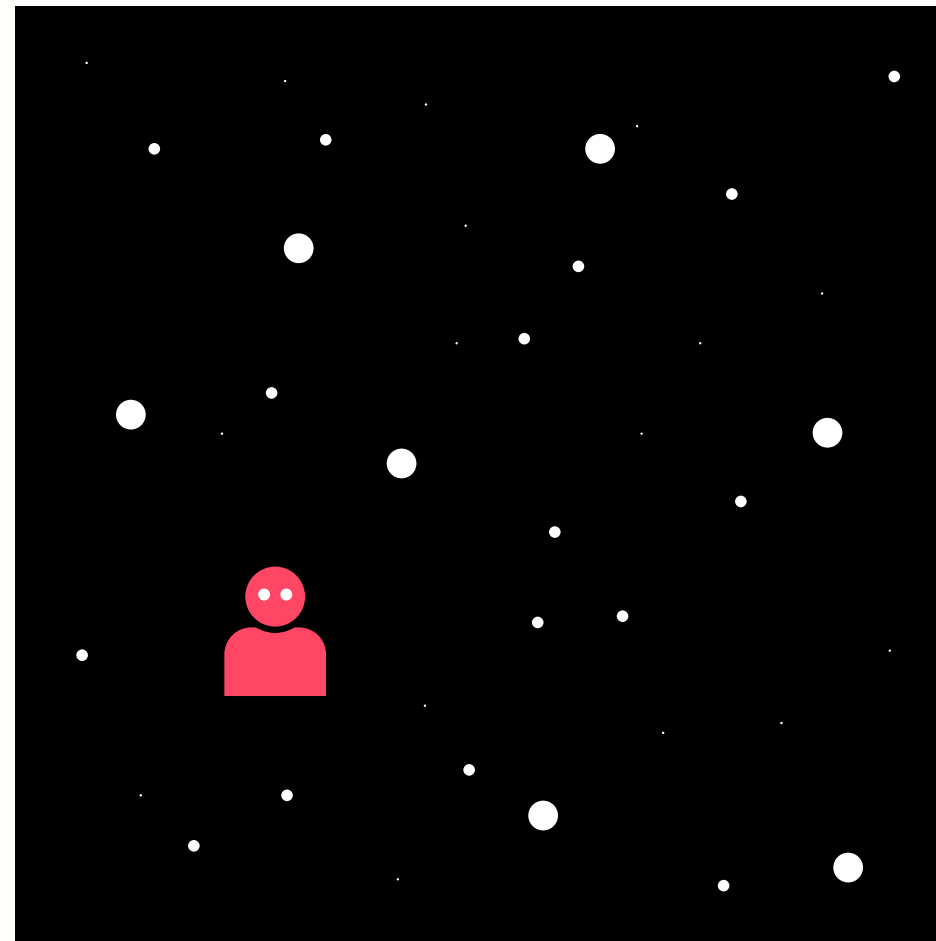
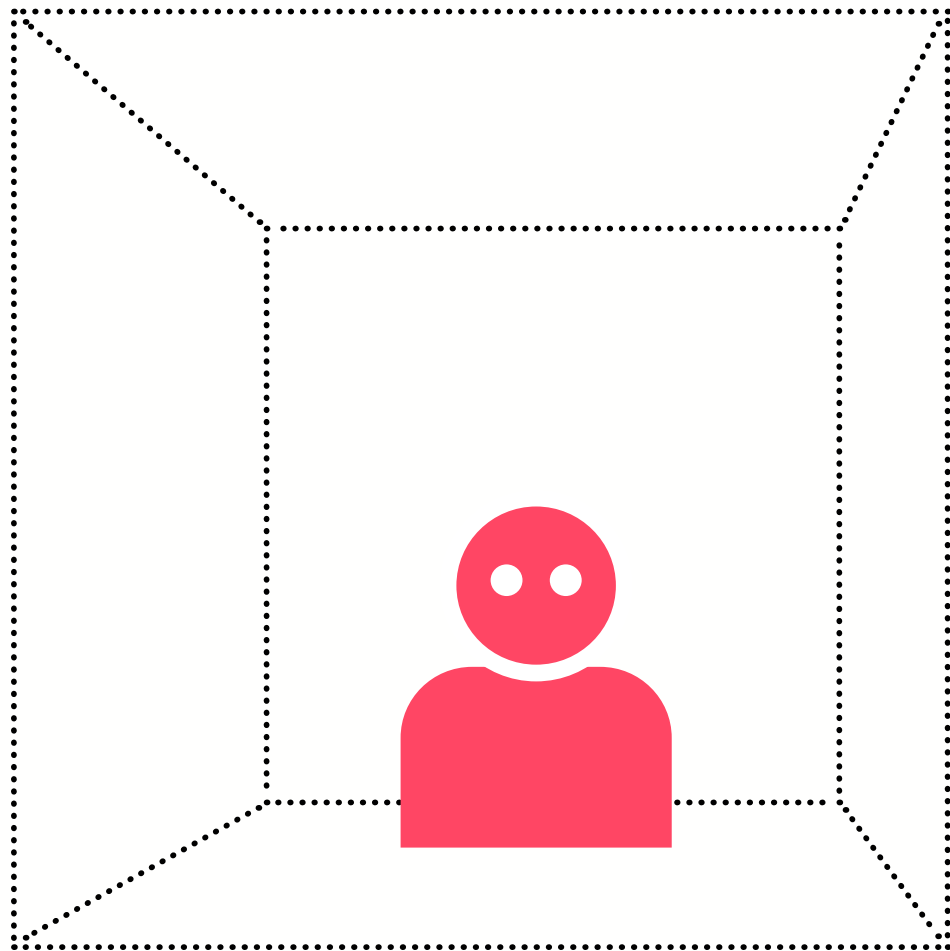
# Kommunikation und Markenführung: Die Redaktion im Dienste der Marke.

Der Mensch im Mittelpunkt und die ICH-Marke als Ausdruck dessen! Marken als Persönlichkeiten mit Eigenschaften und Identität – alles nur Eitelkeit oder doch sinnvolle Kommunikation?

# Leben in ambivalenten Spannungsfeldern.



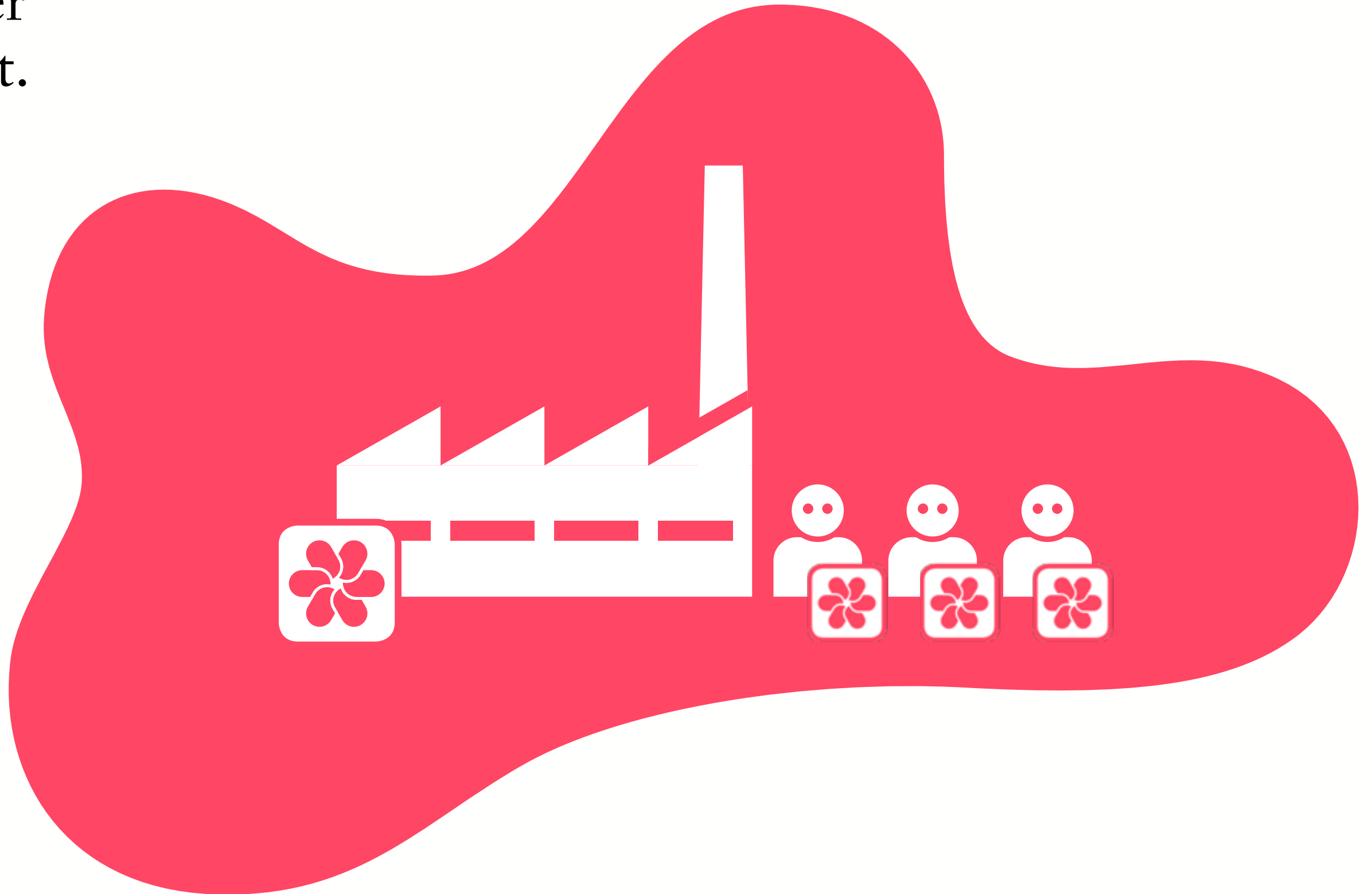
# Identität in der Virtualität.





#POLAREY  
29. Juni 2016

# Neue Formen der Zusammenarbeit.

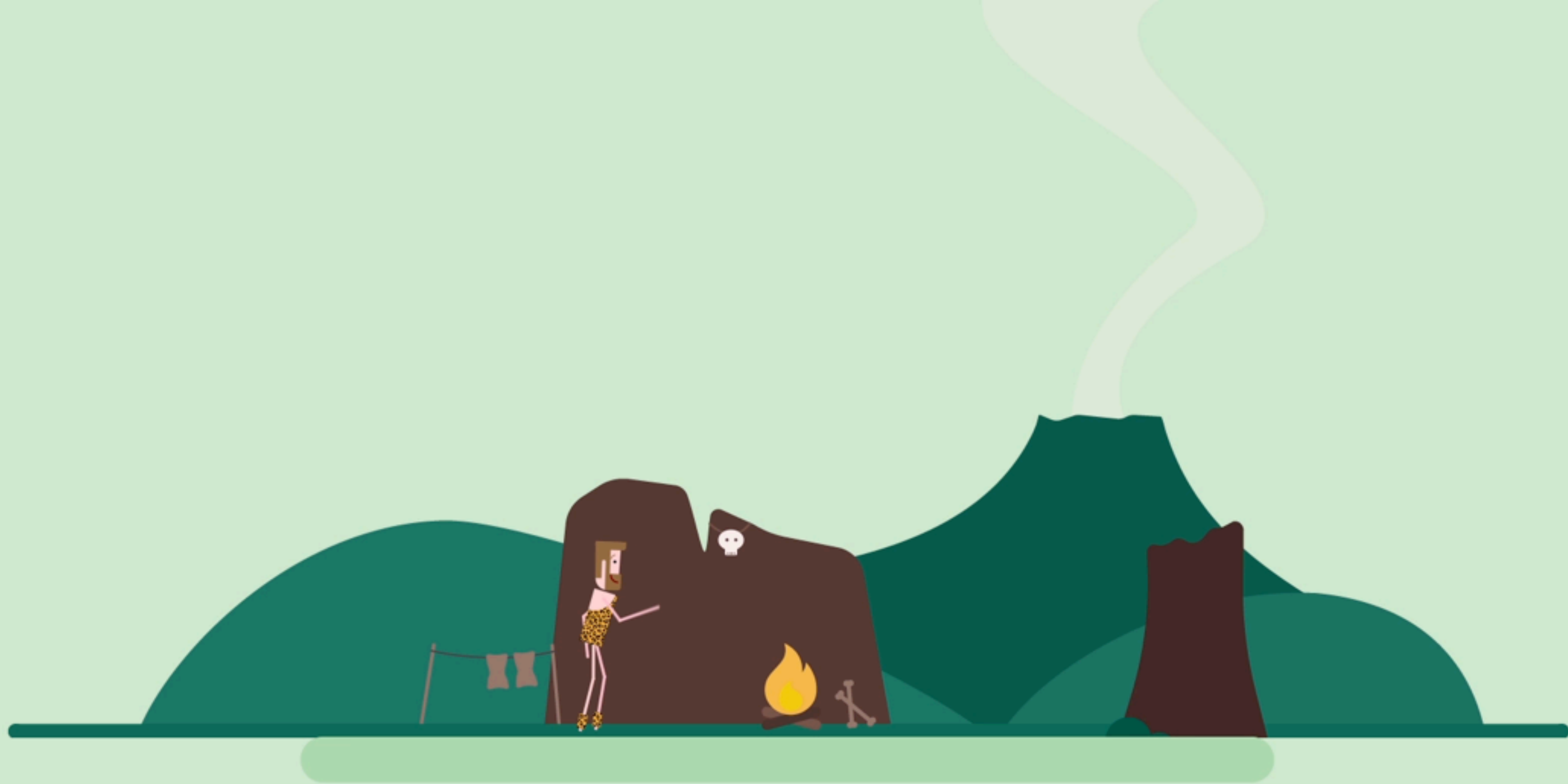


Mitarbeitende werden zu Mit-Arbeitenden.  
Und das Arbeitsverhältnis wird zu einer Art  
Markenpartnerschaft, von der beide Seiten  
profitieren können – Unternehmen und  
Mit-Arbeitende.

Marke in der Ökonomie der Aufmerksamkeit ist  
wie das Gold in der Ökonomie des Kapitals.

Hochgradig verdichtete Kommunikation, dadurch  
effizient und effektiv und langfristig wertbeständig.





Studierendenarbeit im Rahmen des  
Majors «Branded Motion» von

Manuel Berger  
Björn Buck  
Fabien-Andre Pannatier  
Federico Zanini

Joint Degree Bachelor Studiengang

# Multimedia Production



**HTW** Chur

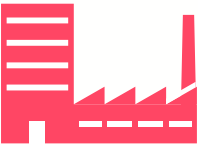


Hochschule für Technik und Wirtschaft  
University of Applied Sciences



**DAS UNTERNEHMEN**

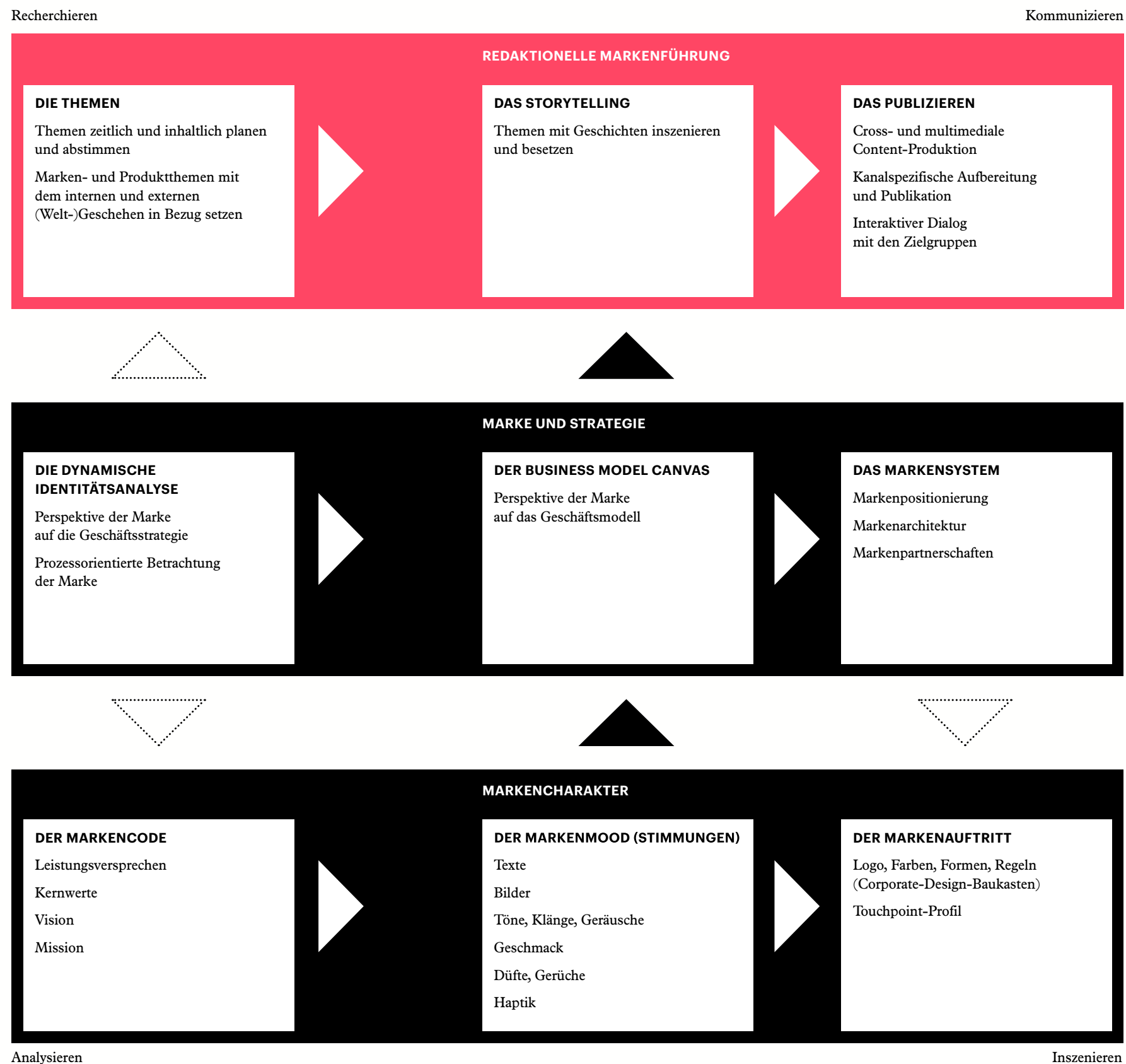
- Verwaltungs- oder Aufsichtsrat
- Geschäftsleitung
- Kommunikationsverantwortliche
- Designer und Kommunikationsfachleute



Tages-, Wochen-, Monats- und Jahresrhythmus


Jährlich überprüfen

Alle 5 – 10 Jahre erneuern

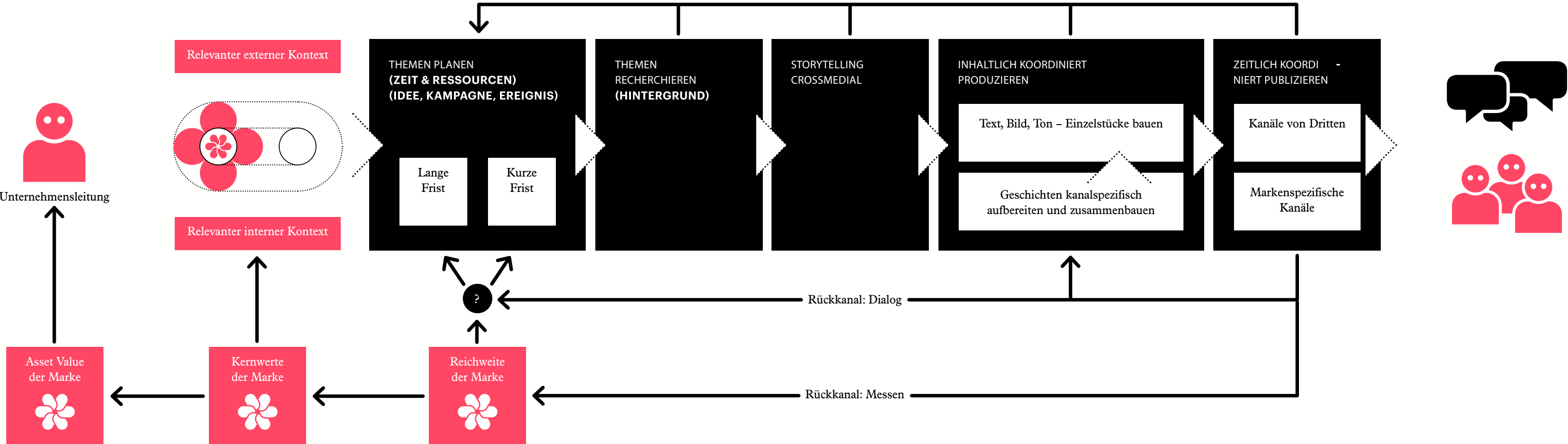


**DIE ZIELGRUPPEN**

- Kunden
- Mitarbeiter
- Lieferanten
- Partner
- Politik
- Öffentlichkeit



# Redaktionelle Markenführung.



Ruedi Alexander Müller-Beyeler & Heiner Butz

Das Unternehmen,



die Marke



und ich

Unternehmen durch Marken führen



• Haupt

Zum Autorenpreis von CHF 35.20 auf:  
<http://dasunternehmen-diemarke-undich.jimdo.com/>