

## Was ist Marke?

Vor dem Hintergrund des Vordringens der Marke in immer neue Bereiche und einer gleichzeitig zunehmenden Verwässerung des Begriffs der Marke durch Inflationierung in der Verwendung hat sich die G·E·M Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Manfred Bruhn, Lehrstuhl für Marketing an der Universität Basel, um eine **Aktualisierung des Markenbegriffs** bemüht.

In mehreren gemeinsamen Sitzungen (in 2000/2001) wurde eine **Systematik für eine begriffliche Fassung und Abgrenzung der verschiedenen Erscheinungsformen von Marken als aktuelle Bestandsaufnahme** erarbeitet.

Die im August 2002 vorgelegte Broschüre gliedert in:

- (1) Ausgangssituation
- (2) Anforderungen an Markendefinitionen
- (3) Relevante Kriterien für Markendefinitionen
- (4) Markenerfolgskette und Markenbegriffsraster
- (5) Markendefinitionen.