

# Inhalt

|   |     |
|---|-----|
| Einleitung .....  | 9   |
| 1 Wie bitte? .....  | 17  |
| 2 E-Marketing: Was <i>ist</i> das? Wer braucht so was? .....                                    | 43  |
| 3 E-Marketing muss e-ffektiv sein .....   | 51  |
| 4 Ihre wichtigste Aufgabe: Schaffen Sie Marken-Bandbreite .....                                 | 69  |
| 5 Was relevant ist, ist cool –<br>aber was cool ist, ist nicht immer relevant .....             | 97  |
| 6 Marketing mit Warp-Geschwindigkeit .....  | 115 |
| 7 Marken-Bandbreite: volle Breitseite .....   | 131 |
| 8 Vergessen Sie alles, was Sie über Massen-Marketing wissen –<br>diese Zeiten sind vorbei ..... | 159 |
| 9 Marken-Bandbreite basiert auf den Grundlagen des<br>„E-Merchanting“ .....                     | 179 |
| 10 Marken-Bandbreite ist allergisch gegen Gleichförmigkeit .....                                | 189 |
| 11 Erneuern Sie sich selbst, bevor es jemand anderes für Sie<br>übernimmt .....                 | 201 |
| 12 Ohne eine klare Zielvorstellung läuft nichts .....   | 215 |
| Epilog: Der Anbruch einer neuen Marketing-Ära .....   | 227 |
| Stichwortverzeichnis .....  | 229 |
| Die Autoren .....   | 235 |