

NEUE BÜCHER

Wie aus Käufern loyale Kunden werden

Ob in Filmen, Fußballstadien, Apps oder Flagship-Stores – Marken versuchen ihre Konsumenten auf Schritt und Tritt zu erreichen. Der Ansatz dahinter: Kunden sollen ein echtes Markenerlebnis haben und so zu loyalen Kunden werden. Die Neuerscheinung „Brand Experience“ zeigt, wie sich Produkte, Services und Kommunikation einer Marke so vernetzen lassen, dass für Kunden und Unternehmen ein echter Mehrwert entsteht. Im Prinzip können Marken ihre Kunden nahezu immer und überall erreichen. Jeder Kontakt zwischen Mensch und Marke beeinflusst dabei das Markenerleben auf spezifische Weise: Der TV-Spot soll emotionalisieren, das Kundenmagazin informieren oder der Event involvieren. Entscheidend ist dabei, den optimalen Mix an Kontaktpunkten zusammenzustellen und diese wirkungsvoll im Sinne der Marke zu gestalten.

Das Autorenteam um Herausgeber Prof. Dr. Andreas Baetzgen zeigt in diesem Titel, wie Unternehmen den Kunden entlang der gesamten Customer Journey durch ein ganzheitliches Brand Experience Management im Entscheidungs- und Kaufprozess begleiten und begeistern können – und so aus Käufern loyale Kunden machen. Bei

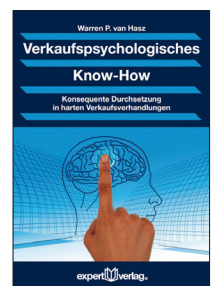


der enorm gestiegenen Zahl an Consumer Touch Points (CTP) ist eine der aktuellen Herausforderungen diese Kontaktpunkte zwischen Mensch und Marke systematisch und strategisch zu handhaben – denn so gelingt es, vorhandene Mittel optimal einzusetzen und den Kunden zur richtigen Zeit mit der richtigen Botschaft zu erreichen. Neben den neuesten Erkenntnissen der Konsumentenforschung werden in dem Fachbuch innovative Lösungsstrategien sowie Best-Practice-Fälle aus den Bereichen Data Analytics, Mediaplanung, CRM, Experience Design und dem strategischen Markenmanagement fundiert und umsetzungsorientiert erläutert.

- **Andreas Baetzgen (Hrsg.):** Brand Experience – An jedem Touchpoint auf den Punkt begeistern, 2015, 368 Seiten, gebunden, 49,95 Euro, ISBN 978-3-7910-3431-7, Verlag Schäffer-Poeschel, Freiburg: www.schaeffer-poeschel.de

Verkaufsverhandlungen erfolgreich führen

Kunden zu verstehen, bedeutet nicht, es jedem Kunden um jeden Preis recht zu machen. Die Kunst ist, die richtigen Register zu ziehen. Voraussetzung dafür ist der Einblick in die innere Welt des Kunden, das Erkennen seiner Bedürfnislagen und die richtige Art und Weise der Kunden-



reiches HR-Marketing aufbauen, wie sich Trendthemen wie Industrie 4.0, der demografische Wandel oder die Globalisierung auf die Personalarbeit auswirken, zeigt Prof. Dr. Gunther Olesch in der zweiten Auflage dieses Buches. Der Unternehmer, selbst mehrfach als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet, berichtet anschaulich und direkt aus der Praxis, was ein exzellentes HR-Management auszeichnet, wie man High Potentials langfristig bindet und wie man Gesundheitsmanagement und Work-Life-Balance sinn- und wirkungsvoll ein- und umsetzen kann.

- **Gunther Olesch:** Der Weg zum attraktiven Arbeitgeber, Employer Branding in der Unternehmenspraxis, 2. Auflage 2015, 232 Seiten, Hardcover, 39,95, ISBN 978-3-648-07065-9, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg: www.haufe.de

Europäisches Bankaufsichtsrecht

Die Bankenaufsicht wurde in den vergangenen Jahren zunehmend europäisch ausgerichtet. So sind neue Akteure und Organisationen auf europäischer Ebene etabliert sowie weitere europaweit gültige regulatorische und gesetzliche Rahmenwerke eingeführt worden. Die Europäische Zentralbank (EZB) nimmt dabei eine herausragende Rolle in der europäischen Bankenaufsicht ein. Für die einzelnen Institute ist sie nun-



mehr neben den nationalen Aufsehern die bestimmende Aufsichtsinstitution.

In diesem Zusammenhang müssen Banken und Finanzdienstleistungsinstitute strikere Vorgaben erfüllen, insbesondere bezüglich ihrer Kapitalausstattung. Dabei steht im Wesentlichen der Risikograd der Bankgeschäfte bei der Bemessung der Kapitalanforderungen im Vordergrund, was sich auch zentral auf die Geschäftspolitik und -strategie der einzelnen Institute auswirkt. Die Umsetzung der Aufsichtsstandards geht einher mit einem deutlich umfangreicheren Meldewesen der Banken an die Aufsicht.

Das Buch in der Frankfurter Reihe zur Bankenaufsicht, herausgegeben von Dr. Simon G. Grieser und Dr. Manfred Heemann, beschreibt, analysiert und kommentiert den Rechtsrahmen der europäischen Bankenaufsicht. Die Autoren stammen aus Banken, Anwaltskanzleien, Unternehmensberatungen, Verbänden, der Wissenschaft sowie Aufsichtsbehörden und verbinden die Darstellung der juristischen Grundlagen des Aufsichtsrechts mit bankpraktischen Aspekten. Damit ist das Buch für alle im Aufsichtsbereich tätigen ein wertvolles Nachschlagewerk und Handbuch für die tägliche Arbeit.

- **Grieser/Heemann (Hrsg.):** Europäisches Bankaufsichtsrecht, Frankfurter Reihe zur Bankenaufsicht, Band 4, 1. Auflage 2016, 1070 Seiten, Leinen mit Schutzumschlag, 158,00 Euro, ISBN 978-3-940913-51-7, Frankfurt School Verlag GmbH, Frankfurt/M.: www.frankfurt-school-verlag.de

IMPRESSUM

VERLAG

Verlag für Absatzwirtschaft GmbH
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt/M.
Telefon: (069) 97 08 33-0
Telefax: (069) 7 07 84 00
Internet: www.flf.de
E-Mail: info@flf.de

HERAUSGEBER

Bankenfachverband e.V., Berlin
www.bfach.de
Bundesverband Deutscher
Leasing-Unternehmen e.V., Berlin
www.leasingverband.de
Deutscher Factoring-Verband e.V., Berlin
www.factoring.de

REDAKTIONSBEIRAT

Horst Fittler, Berlin,
Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Köln,
Dr. Alexander M. Moseschus, Berlin,
Dr. Peter Renkel, Köln,
Dr. Martin Starck, Stuttgart,
Dr. Frank Stenner, Pullach,
Peter Wacket, Berlin.

CHEFREDAKTEUR

Philipp Otto, verantwortlich i.S.d.P., Frankfurt/M.

REDAKTION

Marianne M. Schmidt
Gerberstraße 7, 40591 Düsseldorf
Telefon: (0211) 3 85 00 52
Telefax: (0211) 3 85 00 17
E-Mail: redaktion@flf.de

Redaktionsschluss für diese Ausgabe
war am 14. März 2016.
Redaktionsschluss für die Ausgabe 4/2016
ist am 17. Mai 2016.

Mit Namen gekennzeichnete Beiträge stellen
die Ansicht des Verfassers, nicht unbedingt die
der Redaktion dar.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen
Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen
Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zu-
stimmung des Verlages unzulässig.

ANZEIGEN

Marianne M. Schmidt
Gerberstraße 7, 40591 Düsseldorf
Telefon: (0211) 3 85 00 52; Fax -17
E-Mail: anzeigen@flf.de

Detlev Gistel
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt/M.
Telefon: (069) 97 08 33-33
E-Mail: d.gistel@flf.de

Es gilt die Preisliste Nr. 63 vom 1. Januar 2016.
Anzeigenschluss für die Ausgabe 4/2016
ist am 27. Mai 2016.

ABONNEMENT

Karin Matkovic
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt/M.
Telefon: (069) 97 08 33-25
Telefax: (069) 7 07 84 00
E-Mail: k.matkovics@flf.de

ISSN 0174-3163
Bezugspreis (Inland): Einzelheft 14,- Euro,
Jahresabonnement 78,75 Euro
zuzüglich Versandkosten und MwSt.
Erscheinungsweise alle zwei Monate.
Kündigungen schriftlich bis 15. November
zum Jahresende.

SATZ

Anja Oehrl
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH
Telefon: (069) 97 08 33-38
E-Mail: a.oehrl@flf.de

DRUCK

Druck- und Verlagshaus
Zarbock GmbH & Co. KG, Sontraer Straße 6,
60386 Frankfurt/M.

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Philipp Otto
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt/M.
Telefon: (069) 97 08 33-48
Telefax: (069) 7 07 84 00
E-Mail: info@flf.de