INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort		5
Begrüßung	Friedrich Neukirch Präsident G·E·M	7
<i>Block I:</i>	<i>„Beziehungen zu Marken durch sinnliches Erfahren“</i>	<i>11</i>
	Prof. Dr. Wilhelm Schmid	12
	Aus den sechs G·E·M Foren: Wie Marken wirken, sprechen, klingen, duften, sich anfühlen, schmecken	28
<i>Block II:</i>	<i>„Das digitale Zeitalter fordert neue Ansätze für die Markenführung über alle Sinne“</i>	<i>51</i>
	Bernd Kauffmann	52
	Uwe Munzinger	58
<i>Block III:</i>	<i>„Das digitale Zeitalter fördert neue Möglichkeiten für die Markenführung über alle Sinne“</i>	<i>81</i>
	Prof. Dr. Peter Kenning	82
	Torsten Henning Hensel	98
Schlusswort	Friedrich Neukirch Präsident G·E·M	121
Referenten		123
Vorabend	»G·E·M Award 2014« für Dr. h.c. August Oetker	129