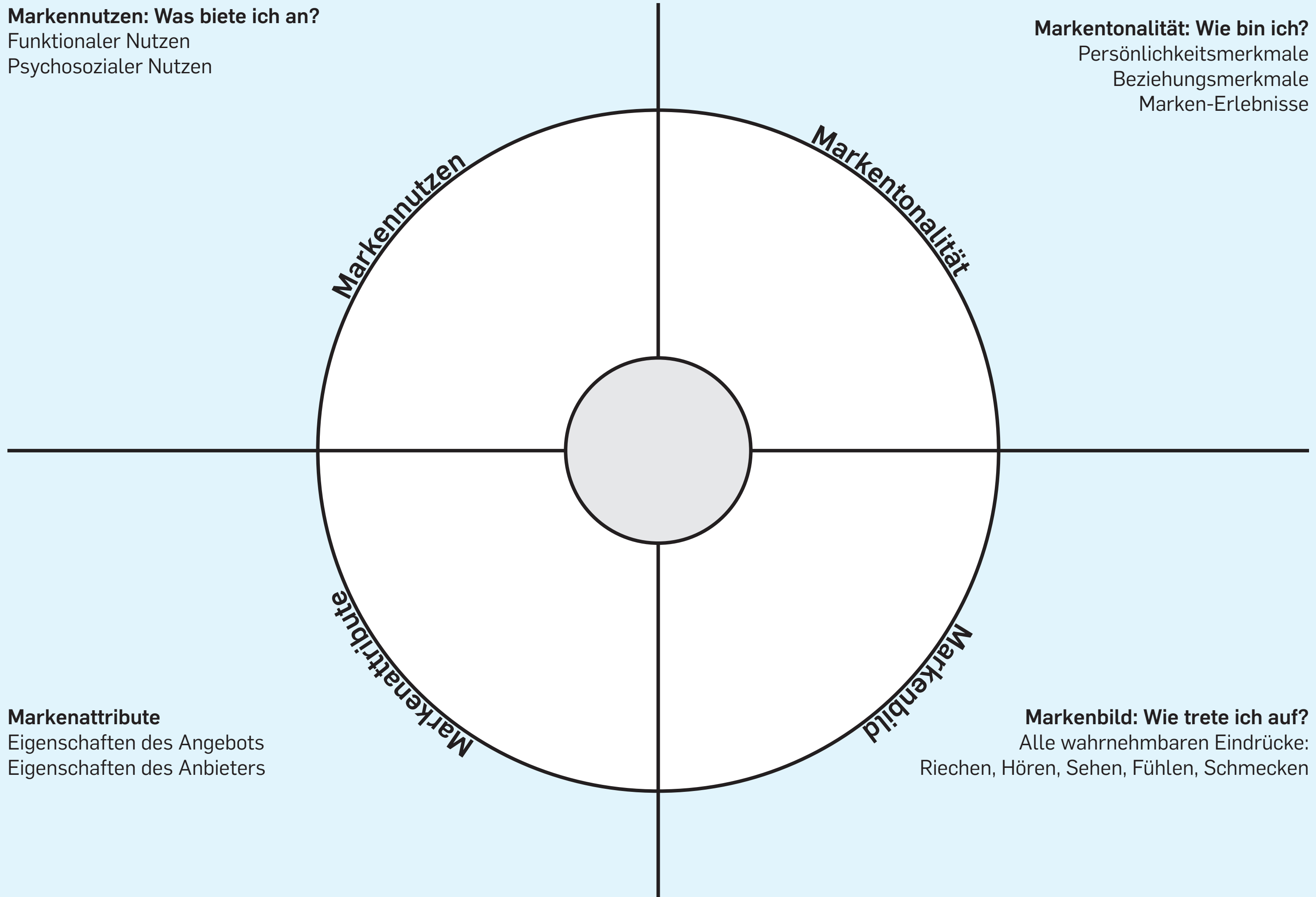


Markennutzen: Was biete ich an?

Funktionaler Nutzen
Psychosozialer Nutzen

Markentonalität: Wie bin ich?

Persönlichkeitsmerkmale
Beziehungsmerkmale
Marken-Erlebnisse



Markenattribute

Eigenschaften des Angebots
Eigenschaften des Anbieters

Markenbild: Wie trete ich auf?

Alle wahrnehmbaren Eindrücke:
Riechen, Hören, Sehen, Fühlen, Schmecken