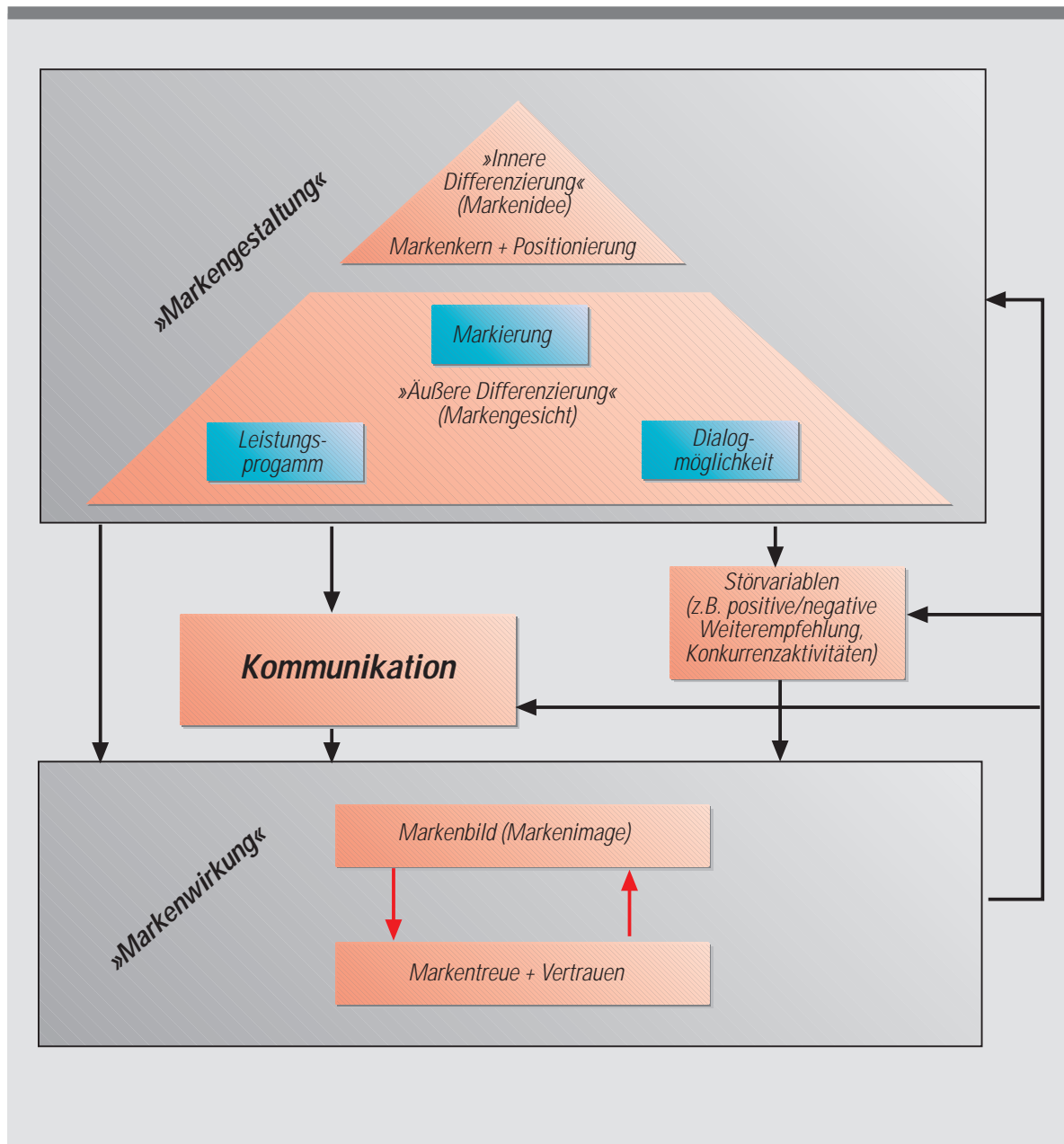


Integriertes Konzept für die Markenentwicklung (»Markenpyramide«)

Grafik 1



Quelle: Dr. Wolfgang Brauer/Jenk Saborowski

absatzwirtschaft