

Marken in der Smart City

Alexander Gutzmer

Marken in der Smart City

Wie die Cyber-Urbanisierung das
Marketing verändert



Springer Gabler

Alexander Gutzmer
Department of Corporate Communications
Quadriga University of Applied Sciences
Berlin, Deutschland

ISBN 978-3-658-19138-2 ISBN 978-3-658-19139-9 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-19139-9>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2018

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Literatur	14
2	Marketing und Marke im Sog der Digitalisierung	17
	Literatur	29
3	Wie der Cyber-Urbanismus unsere Städte verändert	31
	Literatur	52
4	Die Marke in der vernetzten Stadt	55
4.1	Marken und vernetzte Körper	64
4.2	Marken und vernetzte Objekte	88
4.3	Marken und vernetzte Räume	109
4.3.1	Physische Räume	112
4.3.2	Kulturelle Räume	114
4.3.3	Soziale Räume	117
4.3.4	Politische Räume	125

VI Inhaltsverzeichnis

4.4	Marken und vernetzte Metropolen	132
	Literatur	143
5	Schlusswort	151
	Literatur	156

Über den Autor



Alexander Gutzmer ist Professor für Kommunikation und Medien an der Quadriga Hochschule, Berlin, und Chefredakteur der Architekturzeitschrift *Baumeister*. Im Münchner Callwey-Verlag verantwortet er als Editorial Director die komplette Zeitschriftensparte inklusive der englischsprachigen Fachzeitschrift für Stadtentwicklung „*Topos*“. Gutzmer ist Diplom-Betriebswirt und promovierter Kulturwissenschaftler. Bei Springer erschien von ihm zuletzt das Buch „*Urban Innovation Networks. Understanding the City as a Strategic Resource*“.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 4.1	Instagram-Post zum Launch des Starbucks-Produktes „Pumpkin Spice“	60
Abb. 4.2	Weiterer Instagram-Post zum „Pumpkin Spice“-Launch	61
Abb. 4.3	Stadtbezogener User-Post auf Instagram mit dem Tag #starbucks	62
Abb. 4.4	Twitter-Reaktion auf die Markenkampagne von Netflix	82
Abb. 4.5	Der Stunt über der Themse, im Hintergrund die Türme von Canary Wharf	104
Abb. 4.6	Store oder Höhle? Vielleicht beides. Der Markenraum „Multiplex“ in London – Teil 1	118
Abb. 4.7	Store oder Höhle? Vielleicht beides. Der Markenraum „Multiplex“ in London – Teil 2	118
Abb. 4.8	Store oder Höhle? Vielleicht beides. Der Markenraum „Multiplex“ in London – Teil 3	119
Abb. 4.9	Ein Bild ging um die Welt, hier bei Twitter	130
Abb. 4.10	Die Installation „Future Capsule“ von Adidas in New York – Teil 1	140
Abb. 4.11	Die Installation „Future Capsule“ von Adidas in New York – Teil 2	141
Abb. 4.12	Die Installation „Future Capsule“ von Adidas in New York – Teil 3	141