

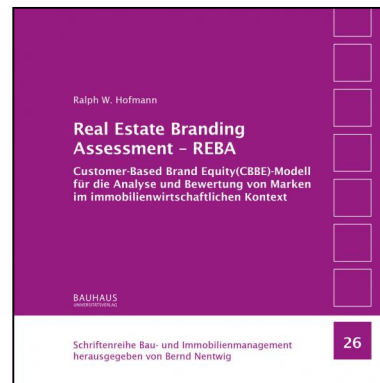
Ralph W. Hofmann
Bernd Nentwig (Hg.)

Real Estate Branding Assessment - REBA

Customer-Based Brand Equity(CBBE)-Modell für die Analyse und Bewertung von Marken im immobilienwirtschaftlichen Kontext

„Der Wert einer Marke liegt nicht im Unternehmen, sondern reflektiert sich in den Köpfen der Konsumenten“ (Esch, 2014).

Diese transdisziplinäre Studie bildet einen Brückenschlag zwischen den Wirtschaftswissenschaften und der Immobilienforschung. „Real Estate Branding Assessment - REBA“ ist ein CBBE-Anwendungsmodell für die psychografische Messung der kundenseitigen Wahrnehmung von Immobilienmarken. Aus gewonnenen Evaluierungsergebnissen kann ein Immobilienunternehmen Rückschlüsse für therapeutische Maßnahmen zur Verbesserung ihres Markenauftritts mit dem Ziel der Erlangung von Wettbewerbsvorteilen ziehen. Bildhaft beschrieben, ermöglicht REBA Immobilienunternehmen von markenpolitischem Blind- auf Sichtflug zu gehen. Zudem bietet der REBA-Index einen branchenweiten Vergleich von Immobilienmarken.



Bauhaus-Universitätsverlag

1. Auflage 2017

Band 26 Schriftenreihe Bau- und Immobilienmanagement

Softcover

20×20cm • 869 g

376 Seiten

134 Abbildungen und Grafiken, davon 12 in Farbe

Buchausgabe (D): 51,00 €

ISBN: 978-3-95773-233-0
