Don’t Trust Love.
Love Trust.

Markenführung in einer fragilen Welt

Dominique von Matt
Ornella Ragaz

MIDAS

Don’t Trust Love. Love Trust.
Markenführung in einer fragilen Welt

1. Auflage

© 2027 Midas Verlag AG
ISBN 978-3-03876-399-4

Lektorat: Claudia Koch
Layout: Ulrich Borstelmann
Projektleitung: Gregory C. Zäch
Cover: Agentur 21

Midas Verlag AG, Dunantstrasse 3, CH 8044 Zürich
Webseite: www.midas.ch, E-Mail: kontakt@midas.ch

Midas Büro Berlin, Mommsenstraße 43, D 10629 Berlin
E-Mail: berlin@midasverlag.com (GPSR)

Die deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter www.dnb.de abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt insbesondere für die Erstellung und Verbreitung von Kopien auf Papier, Datenträgern oder im Internet.

Inhalt

Vorwort 6

Teil 1: Die neue Ära 9

Teil 2: 40 Wege, Vertrauen aufzubauen oder zu verspielen 29

Mit Branding das Fundament für Vertrauen setzen 31

Als CEO Vertrauen vermitteln 55

Marketing für Trustbrands 65

Kommunikation, die das Vertrauen stärkt 95

Teil 3: Die Wahrnehmung von Trustbrands in der Bevölkerung 121

Quellen 153

Die Autoren 157