

INHALT

4



NEWS

6 MOST TRUSTED BRANDS / MEDIEN: KOEXISTENZ DER ANGEBOTE / A. LANGE & SÖHNE BESTE LUXUSMARKE / WERBEMARKT SOLL UM 1,6 % WACHSEN / DESIGN NICHT STRATEGISCH GENUTZT / BELASTUNG IM JOB STEIGT / ZOLL BESCHLAGNAHMT FÄLSCHUNGEN

PACKAGING: VISUELL HERAUSSTECHEN

- 12** REDUKTION – Was beim Packaging mit Blick auf die Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit beachtet werden muss
- 17** QUALITATIVES DESIGN – Die Wertschätzung für Verpackung steigt wieder, denn relevante Gestaltung sorgt für Begehrlichkeit
- 18** »MORE TOUCH, MORE PLEASURE« – Die Sehnsucht nach Haptik: Warum verhüllen nicht verstecken heißt
- 20** DEUTSCHER VERPACKUNGSPREIS – Jury-Mitglied Norbert Menzel, Beiersdorf, erklärt, warum Individualität gefragt ist
- 24** NACHHALTIGKEIT – Umweltfreundliche Verpackungslösungen liegen im Trend und überraschen durch ungewöhnliche Ideen
- 28** INDIVIDUALITÄT – Hersteller erklären, warum eine Verpackung heute nicht mehr braun sein muss, um als umweltfreundlich zu gelten
- 34** ZANDERS – Das Geheimnis eines erfolgreichen Etiketts
- 38** INTERVIEW – Gunda Rachut, BHIM, erklärt, inwieweit das neue Wertstoffgesetz ein Quantensprung für die Recyclingwirtschaft ist
- 41** WERTSTOFFGESETZ – Reinhard Schneider, Werner & Mertz, sagt, warum die Rekommunalisierung keine gute Idee ist

MARKENFÜHRUNG

- 42** DIALOGMARKETING I – Direktmarketing-Spezialisten zeigen, wie Differenzierung durch Kundennähe funktioniert
- 46** DIALOGMARKETING II – Wie die Deutsche Telekom gezielt relevante Informationen vermittelt und welche Rolle Big Data dabei spielt
- 48** DIALOGMARKETING III – Um Kunden zu binden, ist Belohnung wichtig

52	DIALOGMARKETING IV – Die Digitalisierung eröffnet neue Ansatzmöglichkeiten für interaktives und integratives Dialogmarketing
55	DIALOGMARKETING V – Wem es gelingt, seine Kunden mit Engagement-Marketing zu involvieren, kann sich vom Wettbewerb absetzen
58	DIGITALE TRANSFORMATION – Wie die Vernetzung von digitalen und analogen Tools des Marketings gelingen kann
62	IPSOS MOST INFLUENTIAL BRANDS – Google, Amazon und Microsoft stehen wieder ganz oben auf dem Siegereppchen
64	STAATL. FACHINGEN – Früher eine reine Heilwassermarke, agiert die Marke inzwischen auch im Mineralwassergeschäft
68	3 FRAGEN AN – Prof. Marcel Fratzscher, Präsident des DIW Berlin
70	PRÜFSTEIN KUNDE – Unternehmen können Markteinführungen optimieren, indem sie Verbraucher in das Produkt-Testing einbeziehen
72	NAMING – Welche Eigenschaften ein erfolgreicher Name haben muss

HANDEL

74	CUSTOMER JOURNEY – Eine kanalübergreifende stimmige Off- und Online-Interaktion ist für Unternehmen wichtiger denn je
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

RECHT

77	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
78	WISSENSÖKONOMIE – Markenführung muss eingebunden werden in neue Managementformen wie Multi- und Interdisziplinarität

SERVICE

81	KURZMELDUNGEN / PEOPLE
83	VORSCHAU / IMPRESSUM

Täglich Marken-News auf unserer Website
www.markenartikel-magazin.de
 und auf Twitter unter @markenartikler

