

INHALT

4



Verpackung: Wertigkeit hervorheben **12**



Tourismus: Destinationen zu Marken machen **34**



Einflussreiche Marken: Google vorn **44**

NEWS

6 NACHHALTIG VERPACKT / LEGO IST STÄRKSTE MARKE DER WELT / AUTOBAUER BELIEBTE ARBEITGEBER / LEBENSMITTELKAUF IM WEB / CONTENT MARKETING ZUR IMAGEPFLEGE / PATENTANMELDUNGEN IN EUROPA / ANSPRUCHSVOLLE VERBRAUCHER / SMARTPHONE ALS EINKAUFSBEGLEITER

VERPACKUNG UND MARKE

12 PROJEKT WERTSTOFFTonne - Wertstoffgesetz soll mehr Transparenz schaffen und Wettbewerb sichern

14 DUALES SYSTEM - Die Verpackungsentsorgung wird weiter vorangetrieben und bezieht künftig weitere Stoffe ein

18 3 FRAGEN AN - Dr. Thomas Rummler, Ministerialdirigent im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

20 3 FRAGEN AN - Dr. Benjamin Bongardt, Leiter Ressourcenpolitik beim Naturschutzbund NABU

21 INTERVIEW - Häufig, aber sanft müssen Verpackungen entstaubt werden, meint Sebastian Beck, Chef der Designagentur Justblue

24 VIELFALT - Vertreter von Packaging-Branchenverbänden geben Einblick in Nachhaltigkeit, Online-Handel und Smart Packaging

30 PERSÖNLICHKEIT - Damit das Design einer Verpackung zum Kauf stimuliert, muss es unbewusste Geschmacksvorlieben treffen

32 NACHHALTIGKEIT - Eine Verpackung soll nicht nur schützen, sondern auch schön designed, funktional und nachhaltig sein

MARKENFÜHRUNG

34 TOURISMUSMARKETING - Touristische Destinationen müssen auf veränderte Marktbedingungen reagieren

38 TOURISMUSMARKETING - Der Schwarzwald hat sein angestaubtes Image abgelegt und sich zu einer attraktiven Destination gewandelt

42 TOURISMUSMARKETING - TUI hat ein Reisebürokonzept geschaffen, mit dem die Marke erlebbar werden soll

| | |
|--|--|
| 44 | EINFLUSSREICHSTE MARKEN – Google, Microsoft und Amazon vorn |
| 46 | MARKENFÜHRUNG – Marken müssen ihr Marketing umstellen |
| 50 | RELEVANZ – Externe Einflüsse wie Wirtschaftskrisen beeinflussen, wie relevant Marken empfunden werden |
| 53 | MARIA GALLAND – Kosmetikmarke erfüllt individuelle Bedürfnisse |
| 56 | AUDIOBRANDING –Klang bleibt länger im Gedächtnis |
| 58 | MENSCH & MACHER – Sportmanagerin Katja Kraus |
| 60 | BROWN-FORMAN – Das Familienunternehmen ist u.a. für Jack Daniel's bekannt und will mit Line Extensions neue Zielgruppen ansprechen |
| HANDEL | |
| 64 | INTERVIEW – Unternehmen sollten den Menschen dienen, sagt Prof. Götz Rehn, Chef der Biosupermarktkette Alnatura |
| 68 | MULTICHANNEL – Begeisterung ist Trumpf, egal ob On- oder Offline |
| 70 | E-COMMERCE – Convenience ist gefragt |
| RECHT | |
| 72 | NICHT-TRADITIONALLE MARKENFORMEN – Anmeldung hilft, die Unverwechselbarkeit des Unternehmensauftritts abzusichern |
| 75 | NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen |
| SERVICE | |
| 76 | KURZMELDUNGEN / PEOPLE / EVENTS |
| 82 | VORSCHAU / IMPRESSUM |
| Täglich Marken-News auf unserer Website www.markenartikel-magazin.de und auf Twitter unter @markenartikler | |

