

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-Brancheverbänden 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	

