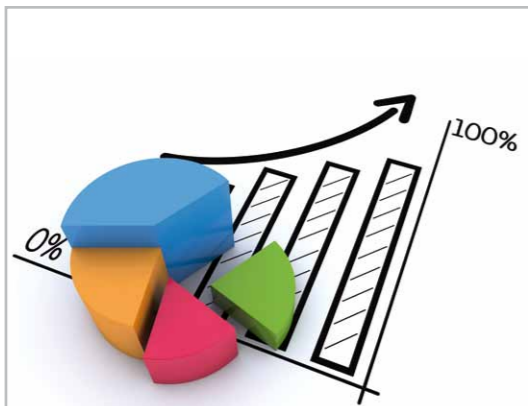


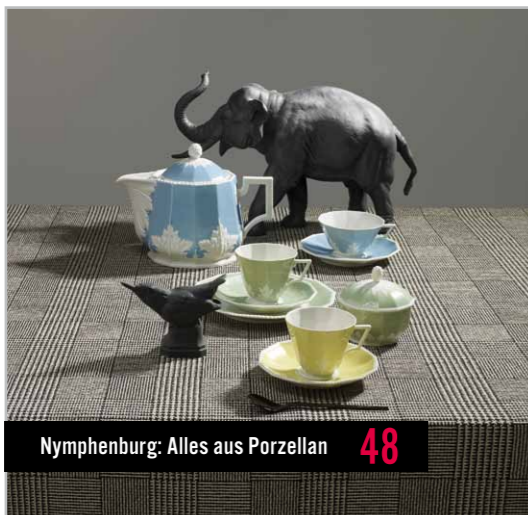
# INHALT



Mediaplanung: Den richtigen Mix finden **12**



Best Brands: BMW, Coca-Cola, Duplo und Tesla **36**



Nymphenburg: Alles aus Porzellan **48**

## NEWS

**6** INFORMATIONSSUCHE IM WEB / SOCIAL MEDIA: POTENZIAL UNGENUTZT / MEANINGFUL BRANDS: DM PUNKTET / REKORD BEI PATENTEN UND MARKEN / MOBILE VIDEO IMMER BELIEBTER / CONTENT MARKETING? JA, BITTE! / BMW WERTVOLLSTE DEUTSCHE MARKE / MEISTGENUTZTE SOZIALE MEDIEN / RELEVANZ: DIGITAL-MARKEN VORN / WERTVOLLSTE HANDELSMARKEN

## MEDIASTRATEGIE: MARKEN INSZENIEREN

- 12** ABSOLUTE KUNDENORIENTIERUNG – Warum alternative Kommunikationskanäle wichtig sind und Relevanz die einzig zählende Währung ist
- 18** TRANSPARENZ – Jürgen Herrmann, Marketing-Chef von Ritter Sport, über kritische Verbraucher, Information und Kreativität
- 20** INFLUENCER – Wie können Marketer die neuen Meinungsmacher effektiv für sich nutzen?
- 22** PASSGENAU UND RELEVANT – Mediaplanung in Zeiten von Programmatic Advertising, Fake News und Chatbots
- 28** UNMENSCHLICH – Künstliche Intelligenz wird beim Thema programmatische Werbung für einen Kreativitätsschub sorgen
- 30** KREATIVITÄT UND TECHNOLOGIE – Stefan Karl und Michael Moser, Chefs der Agentur Shanghai.Berlin, über die Ansprüche der Kunden
- 32** KUNDENBINDUNG – Wer die Konsumenten als Botschafter für seine Marke gewinnen will, muss einige grundlegende Faktoren beachten

## MARKENFÜHRUNG

- 36** BEST BRANDS I – Serviceplan-CEO Florian Haller über die Bedeutung von Innovationen, Sichtbarkeit und die Vorteile einer Submarkenpolitik
- 40** BEST BRANDS II – Die besten Mobilitätsmarken überzeugen mit Innovationskraft und pragmatischer Zukunftsorientierung
- 44** BEST BRANDS III – Wie es Duplo mit einer zeitgemäßen Positionierung gelungen ist, zur besten Wachstumsmarke zu werden
- 46** BEST BRANDS IV – Oral-B zeigt, warum kontinuierliche Innovation für die Markenwahrnehmung wichtig ist

- 48** PORZELLAN MANUFAKTUR NYMPHENBURG – Die letzte 'Reinstmanufaktur der Welt' hat immer stärker den asiatischen Markt im Visier
- 52** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Monika Schnitzer, Mitglied der Expertenkommission Forschung und Innovation
- 54** MESTEMACHER – Die Großbäckerei ist spezialisiert auf pasteurisierte Vollkornbrote und positioniert sich durch soziales Engagement
- 58** KONSOLIDIERUNG – Das Geschäft mit Bestattungsbedarf schien lange ein Selbstläufer, ist jedoch durch Billiganbieter unter Druck
- 61** GLUTENFREIES BIER – Wie sich neue Biertrinker mit innovativen Konzepten gewinnen lassen

## HANDEL

- 64** E-SERVICE – Unternehmen müssen Online darauf achten, dass Kunden mit dem Service genauso zufrieden sind wie Offline

## RECHT

- 67** NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
- 68** CHINA – Geistiges Eigentum gut gegen Fälscher schützen

## SERVICE

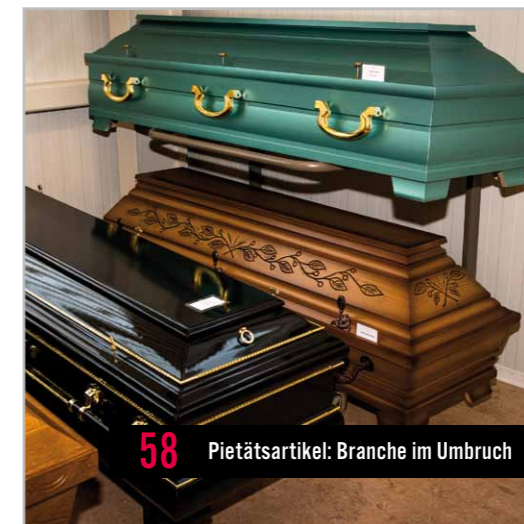
- 71** KURZMELDUNGEN
- 72** PEOPLE
- 73** EVENTS – Best Brands / Prix de Beauté / Best Cars / Club der Markenfreunde / Élu Produit de L'Année
- 75** VORSCHAU / IMPRESSUM

In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage von Easyfairs. Wir bitten um Beachtung.

Täglich Marken-News auf unserer Website [www.markenartikel-magazin.de](http://www.markenartikel-magazin.de) und auf Twitter unter @markenartikler



**54** Mestemacher: Soziale Pumpernickel



**58** Pietätsartikel: Branche im Umbruch



**68** Markenschutz: Besonderheiten in China