

INHALT

4



	NEWS
6	UNTERNEHMEN MELDEN PATENTE / WERBEMARKT WÄCHST / MARKEN OHNE DIGITALSTRATEGIE / MOST TRUSTED BRANDS STEHEN FEST / KOSMETIK-UMSATZ STEIGT / JEDE ZWEITE MARKE ERFINDET SICH NEU / MARKE & DESIGN IM AUFWIND / ZOLL ENTDECKT MEHR FÄLSCHUNGEN / AUDI IST KREATIVSTER CP-KUNDE / ADIDAS IST TOP-SPONSOR
	GEISTIGES EIGENTUM SCHÜTZEN
12	3D-DRUCK – Bei der Frage, wie sich Rechteinhaber schützen können, spielt vor allem das Urheberrecht eine zentrale Rolle
17	MUSIKINDUSTRIE – Gesellschaft muss die Spielregeln der um die Digitalisierung und das Netz erweiterten Realität bestimmen
20	VILLEROY & BOCH – Unternehmen müssen der Technologie immer einen Schritt voraus sein
22	3 FRAGEN AN – Michael Ellis, Assistant Director des Trafficking in Illicit Goods and Counterfeiting-Programms von Interpol
	MARKENFÜHRUNG
24	FINANZDIENSTLEISTER – Durch Nutzen an Strahlkraft gewinnen
26	FINANZDIENSTLEISTER – Wie Schwäbisch Hall das Zuhause erlebbar macht und so jüngere Zielgruppen erreichen will
29	FINANZDIENSTLEISTER – Je präziser Unternehmen Kundenreise und -erwartungen verstehen, umso besser gelingt es, diese zu gestalten
32	FINANZDIENSTLEISTER – Engagierte Mitarbeiter und eine integrierte Customer Experience sind positiv für das Markenimage
35	FINANZDIENSTLEISTER – Social Media zum Kundenservice nutzen
38	G·E·M MARKENDIALOG – Warum die digitale Beschleunigung Veränderungen in der Unternehmensorganisation notwendig macht
42	MARKENFÜHRUNG – Gibt es in Zeiten des digitalen Wandels noch Gesetze der Markenführung? Was sind die großen Herausforderungen?
46	BRANDS AHEAD – Wenn Marken zukunftsfähig bleiben wollen, müssen sie situativer reagieren und relevantere Innovationen anbieten

50	STUDIOSUS – Wie das Unternehmen in Europa Marktführer für Studienreisen geworden ist, erläutert Managing Director Guido Wiegand
54	AUTOMOBILBRANCHE – Autobauer müssen die Markenführung an die Bedürfnisse der Generation Y anpassen
58	MARKETING – Um Neukunden zu Stammkäufern zu machen, reichen Preispromotions und Sortimentserweiterungen nicht aus
60	ROADSHOW – Der Schweizer Schokoladenhersteller Camille Bloch geht mit Ragusa Blond in die Offensive
63	BEHAVIORAL ECONOMICS – Warum wir uns vom Bild des Homo oeconomicus verabschieden müssen
66	AWARDS – Glaubwürdigkeit ist wichtig, damit die Auszeichnungen auch von Herstellern und Konsumenten anerkannt werden
68	BIERSERIE – Als Preiseinstiegsmarke positioniert, kann sich die Paderborner Brauerei im harten Marktumfeld behaupten
HANDEL	
70	E-FOOD – Der Online-Handel mit Lebensmitteln wächst, Händlern bieten sich Wachstums- und Profilierungspotenziale
RECHT	
74	DATA OWNERSHIP – Wem gehören die Daten?
77	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
SERVICE	
78	KURZMELDUNGEN / PEOPLE / EVENTS
80	VORSCHAU / IMPRESSUM

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

