

INHALT

4



NEWS

6 279.000 PATENTE ANGEMELDET / DIGITAL UND ANALOG VERNETZEN / 85 PROZENT VERTRAUEN GLOBALEN MARKEN / BAYER TOP BEI MARKENEINTRAGUNGEN / EMPFEHLUNGSVERHALTEN IM WEB / MARKENVERTRAUEN: DM LIEGT VORN / STARKE MARKEN SIND KRISENFEST / LUXUSMODE: BOSS IST ERFOLGREICH / QUALITÄT & GUTE JOBS SIND PFLICHT / DIGITALISIERUNG: STRATEGIE FEHLT

HÖRFUNK: DER SOUND DER MARKE

- 12** AUDIO BRANDING – Wie sich Marken mit einem charakteristischen Klang vom Wettbewerb differenzieren und Emotionen auslösen
- 16** FIRST EAR STATT SECOND SCREEN – Ralf Heuel, Grabarz & Partner, über die Bedeutung von Radio im Internet- und Digitalzeitalter
- 20** WERBEBESCHRÄNKUNGEN – Joachim Schütz, OWM: "Regulierungswut wie in Nordrhein-Westfalen schadet der Gattung Hörfunk insgesamt."
- 24** INTERVIEW – Bianca Brück-Sartorius, Carglass, sagt, warum das Medium Erfolg verspricht und wo Verbesserungsbedarf besteht
- 26** SERVICE & NÄHE – Hörfunkmarken müssen sich im Medienwettbewerb klar positionieren und einen relevanten Nutzen bieten
- 30** NAVIGATOR – Warum Radio mit Nähe zum Hörer, kanaladäquaten Zusatzdiensten und zielgruppengenaue Massenansprache punktet

MARKENFÜHRUNG

- 32** MARKTFORSCHUNG I – Markenverantwortliche von Fit, Newlat, P&G und Ritter erklären, wie Co-Creation in der Praxis funktioniert
- 36** MARKTFORSCHUNG II – Wie Unternehmen systematische Prozesse zur Generierung von Neuproduktideen initiieren und Flops vermeiden
- 39** MARKTFORSCHUNG III – Produkt- und unternehmenszentriertes Handeln wird abgelöst durch ko-kreativen Prozess der Wertschöpfung
- 42** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Hans-Jörg Bullinger, Ex-Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft und heute Mitglied des Fraunhofer-Senats
- 44** G-E-M MARKENDIALOG – Warum Unternehmen Mut zur Innovation brauchen und eine Unternehmenskultur, die Ideen zulässt

48	SODASTREAM – Der Anbieter von Wassersprudlern will den Wassermarkt revolutionieren und rührt dafür kräftig die Werbetrommel
52	PORSCHE – Was die Faszination Sportwagen ausmacht und wie Digitalisierung und Konnektivität die Autobranche verändern
55	WERBEAGENTUREN – Was die Digitalisierung für die Zusammenarbeit mit Unternehmen bedeutet, erzählt Agenturchef Stefan Kolle
58	BEURER – Die Marke positioniert sich als Vollsortimenter rund um Diagnose, Prävention und Gesundheit
62	POSTMODERN – Mit der Inszenierung emotionaler Erlebnisse schaffen Marken Verbundenheit
64	POPP FEINKOST – Das Unternehmen hat die Marke neu positioniert und massiv in Marketing investiert. Das zahlt sich aus
68	MONETÄRE MARKENBEWERTUNG – Heutiger Stellenwert und zukünftige Perspektiven in der Praxis
HANDEL	
72	E-COMMERCE – Wie die umsatzstärksten Online-Shops in Deutschland Kunden überzeugen und warum der Markt in Bewegung ist
RECHT	
74	FOOD COMPLIANCE – Die Lebensmittelkette immer im Blick haben
77	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
SERVICE	
78	KURZMELDUNGEN / PEOPLE / EVENTS
83	VORSCHAU / IMPRESSUM
<p>In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage von IFM Mannheim und Medienszene Österreich. Wir bitten um Beachtung.</p>	
<p>Täglich Marken-News auf unserer Website www.markenartikel-magazin.de und auf Twitter unter @markenartikler</p>	

