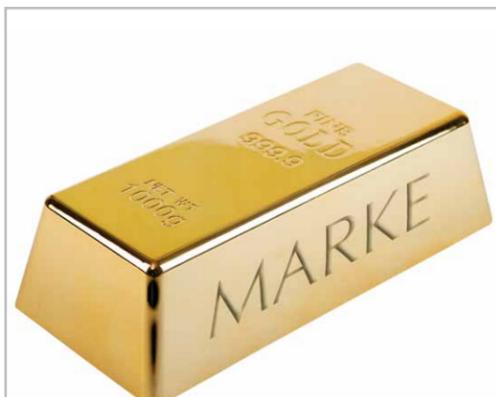


INHALT



Marke: 'Versprechen. Überzeugen. Einlösen.' **12**



Marktforschung: Konsumenten entschlüsseln **34**



Zwiesel Kristallglas: Zeitgemäß sein **80**

NEWS

6 MARKEN ALS GARANT FÜR QUALITÄT / TOP-ARBEITGEBER DEUTSCHLANDS / VLOGGER UND BLOGGER FINDEN GEHÖR / NEUE LEITERIN MITGLIEDERSERVICE BEIM MARKENVERBAND / MEHRHEIT SURFT PARALLEL IM WEB / KUNDENGWINNUNG HAT PRIORITÄT / ZUKUNFTSFÄHIGSTE MARKEN / INVESTITIONEN IN WERBUNG STEIGEN / BMW IST AM WERTVOLLSTEN / KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

JAHRESTAGUNG: VERTRAUENSWAHL MARKE

- 12** MARKENVERBAND – Vertrauen ist die härteste Währung
- 18** INTERVIEW – ZDF-Intendant Thomas Bellut über Fakten und Fake News
- 22** BILOU – Eine Marke schafft den Sprung aus dem Netz in die reale Welt
- 26** WERTE LEBEN – Thyssenkrupp hat sich neu positioniert
- 30** MARKENERFOLG – Vertrauen muss zur Chefsache gemacht werden
- 34** SERVICE-EXZELLEZ – Versprechen müssen gehalten werden
- 38** ERWARTUNGEN ERFÜLLEN – Die Rahmenbedingungen ändern sich
- 42** FÜRSORGLICH UND FORDERND – Vertrauen als Basis für Markenerfolg
- 46** 3 FRAGEN AN – Bundeswirtschaftsministerin Brigitte Zypries
- 48** HÖHER, SCHNELLER, WEITER – Bestehen im digitalen Hyperwettbewerb
- 52** TRENDDSCHUNGEL – Navigation wird für Marken immer schwieriger
- 56** TREUE – Kunden wollen ernst genommen und wertgeschätzt werden
- 60** INSPIRATION – Unternehmen müssen Haltung zeigen

MARKENFÜHRUNG

- 64** MARKTFORSCHUNG I – ESOMAR-Präsident blickt in die Zukunft
- 66** MARKTFORSCHUNG II – Weg vom Omnichannel, hin zum Optichannel
- 70** MARKTFORSCHUNG III – Digitales Kundenfeedback nutzen

- 73** MARKTFORSCHUNG IV – Das gute Gefühl entscheidet beim Kauf mit
- 76** MARKTFORSCHUNG V – Gefühle von Kunden richtig ansprechen
- 80** ZWIESEL KRISTALLGLAS – Design und Funktionalität verbinden
- 84** WACHSTUMSTREIBER – Systematisches Vorgehen bei Innovation
- 88** OTTOBOCK – Marke in einem markenfreien Raum
- 92** BEST AGER – Ansprache erfordert Fingerspitzengefühl
- 96** MOST INFLUENTIAL BRANDS – Innovationskraft treibt Markeneinfluss
- 98** STEIFF – Die Marke mit dem Knopf im Ohr setzt auf Diversifikation

HANDEL

- 102** TREUEKAMPAGNEN – Jette Joop und TCC-Licensing-Chef Martin Bieri über Sammelleidenschaft und Flashmob-artiges Konsumverhalten

RECHT

- 106** NACHHALTIG GESCHÜTZT – EU-Gewährleistungsmarke kommt
- 108** NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen

SERVICE

- 110** KURZMELDUNGEN
- 111** PEOPLE
- 112** EVENTS
- 115** VORSCHAU / IMPRESSUM

In einem Teil dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage von IFM Mannheim. Wir bitten um Beachtung.

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



88 Ottobock: Mobilität erhöhen



98 Steiff: Die Magie des Zauberhaften



102 Loyalität: Jette Joop kooperiert mit TCC