

# INHALT

4



Beauty-Marken: Kunden faszinieren **12**



Packaging: Marken in Szene setzen **48**



Hypo-Kunsthalle: Kunst & Wirtschaft **62**

## NEWS

**6** EIFRIGE TÜFTLER SCHÜTZEN IDEEN / APPLE IST DIE WERTVOLLSTE MARKE / ZAW: ONLINEREBUNG AUF PLATZ 4 / FIRMAN PRÜFEN SOCIAL WEB-PROFILE / WERTVOLLSTE DEUTSCHE MARKEN / NUR DÄNEN SIND OPTIMISTISCHER / SCHLECHTE BEWERBUNGSVERFAHREN / YOUTUBE HAT DAS MEISTE POTENZIAL / WELTWEITE WERBEAUSGABEN STEIGEN

## KOSMETIKBRANCHE IM AUFBRUCH

- 12** INTERVIEW – VKE-Präsident Stephan Seidel fordert mehr Kreativität, Mut und Flexibilität bei der Kundenansprache
- 16** DIGITALISIERUNG – Relevante Storys über die richtigen Plattformen zum passenden Zeitpunkt und im richtigen Kontext verbreiten
- 20** 3 FRAGEN AN – Dr. Allwissend, Youtube-Star
- 22** AHAVA – Pflegemarke will sich als internationaler Player etablieren
- 26** TRANSFORMATION – Neue Technologien tragen dazu bei, die Bedürfnisse der Kunden besser zu befriedigen
- 29** KOMMUNIKATION – Emotionale Belohnung muss stimmen
- 32** PRODUKTPIRATERIE – Aufklärungsarbeit ist wichtig
- 34** DUFTSTARS – Was ein Luxusgut ausmacht, warum Kleinigkeiten den Unterschied machen, und was die Branche vom Oscar lernen kann
- 37** AVEDA – Männer rücken immer stärker in den Fokus der Marke
- 40** POS – Sinnlichkeit des Virtuellen und Charme des Realen verknüpfen
- 42** ZIELGRUPPEN – Wunsch nach Qualität und Achtsamkeit wächst
- 45** LUXUS – Weniger ist mehr, lautet das neue Credo des Luxuskonsums

## MARKENFÜHRUNG

- 48** VERPACKUNGSTRENDS I – Konsumenten aus dem Automodus holen
- 52** VERPACKUNGSTRENDS II – Mehrwert durch Smart Packaging

55	VERPACKUNGSTRENDS III – Marken begreifbar machen
58	VERPACKUNGSTRENDS IV – Interview mit dem Designer Christian von der Heide über die neue Lust der Deutschen am Schönen
62	KUNSTHALLE MÜNCHEN – Die Einrichtung der von der Hypo-Vereinsbank unterhaltenen Hypo-Kulturstiftung feiert 30. Geburtstag
66	KONSUM – Dem vermeintlich irrationalen Verbraucherverhalten liegt eine sinnvolle innere Logik zugrunde
68	REBRANDING – Warum aus Cortal Consors die Consorsbank wurde, und wie der Wandel über die Bühne ging
71	INTERVIEW – Die Pahnke Markenmacherei will die Bedeutung hinter Marken herausarbeiten und zu einem Ganzen zusammenfügen
74	PRODUKTRÜCKRUF – Wie Unternehmen aus Fehlern lernen können
<b>RECHT</b>	
76	LMIV – Durch die europäische Lebensmittelinformationsverordnung müssen zusätzliche Produktinformationen bereitgestellt werden
79	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
<b>SERVICE</b>	
80	KURZMELDUNGEN
81	PEOPLE
82	EVENTS – Duftstars / Emotion Award / Top Service / Employer Branding Awards / ADC / GreenTec Awards / Kundenchampions
86	VORSCHAU / IMPRESSUM
<p>Täglich Marken-News auf unserer Website  <a href="http://www.markenartikel-magazin.de">www.markenartikel-magazin.de</a>                  und auf Twitter unter @markenartikler</p>	



68 Consorsbank: Rebranding einer Marke



71 Pahnke: Energieströme lenken



76 Kennzeichnung: Alles drauf, was drin ist?