

INHALT

4



Fokus: Souveräne Verbraucher **12**



Kinder: Eine Zielgruppe mit Potenzial **44**



Hapag-Lloyd: Luxus auf dem Meer **70**

NEWS

6 SCHLECHTER SERVICE WIRD BESTRAFT / MEHR GELD FÜR ONLINE-MARKETING / LUXUSGÜTERMARKT WÄCHST / GUTE BEWERTUNGEN PUSHEN VERKAUF / VERBRAUCHERVERTRAUEN SINKT / SPONSORING: ADIDAS VOR RED BULL / BIOPRODUKTE SIND EINE GELDFRAGE / INNOVATION INDEX: SCHWEIZ VORN

JAHRESTAGUNG MARKENVERBAND

12 FRANZ-PETER FALKE, MARKENVERBAND – Marken schaffen Vielfalt

14 POLITIK – Gefahr durch Bevormundung und Verbotskultur

20 3 FRAGEN AN – Heiko Maas, Justiz- und Verbraucherschutzminister

22 GEBUNDENE FREIHEIT – Der mündige Konsument will vertrauen

26 LEITBILD – Konsumäffchen, König Kunde, postmoderner Prosument?

30 LEBENSMITTELAMPEL – Unsicherheiten werden ausgeblendet

33 PLAIN PACKAGING – Gefahr für schwache Marken

36 LEBENSMITTELKLARHEIT – Das Internetportal sorgt für Zündstoff

40 TRANSPARENZ – CR-Themen dürfen keine leeren Worthülsen sein

MARKENFÜHRUNG

44 ZIELGRUPPE KIDS – Playmobil will die Fantasie der Kinder beflügeln

50 ZIELGRUPPE KIDS – Kinder mit schlüssigen Konzepten ansprechen

52 ZIELGRUPPE KIDS – Sender setzen im TV auf Charaktere

56 ZIELGRUPPE KIDS – Markenwünsche des Nachwuchses werden erfüllt

60 ZIELGRUPPE KIDS – EU-Pledge als freiwillige Selbstverpflichtung

66 LUXUSVERSTÄNDNIS – Sinnliches Erleben und ultimative Begehrlichkeit

70 KREUZFAHRTEN – Hapag-Lloyd verkauft Erlebnisse und Emotionen

74 HASHTAGS – Das Zeitalter der Social Games

80	CEWE – Wandel zum Anbieter digitaler, individueller Fotoprodukte
84	EINFLUSSREICHE MARKEN – Bedürfnisse spielen wichtige Rolle
86	STARBUCKS – Verbrauchererwartungen werden immer erfüllt
90	VILSA – Mit Reinheit und Unberührtheit beim Verbraucher punkten
94	MARKENDESIGN – Was bei der Gestaltung von Marken zu beachten ist
98	MARKENWERKSTATT – Kreative Ideen konzeptionell erarbeiten
102	MYMUESLI – Start-up mischt den Markt für Frühstücksprodukte auf
106	NATURE VALLEY – General Mills bringt neuen Müsliriegel in den Handel
108	PACKAGING – Orientierung über markenspezifische Signale
112	RÖSLE – Mittelständler startet im Bereich BBQ durch
116	MADE IN GERMANY – Herkunft steigert die Preisbereitschaft
HANDEL	
120	E-COMMERCE – Was ist bei Multichannel zu beachten?
RECHT	
122	VERBRAUCHERRECHTE-RICHTLINIE – Rechtsrahmen für E-Commerce
125	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
126	UNTER DER LUPE – Markenschutz für Flagshipstores
SERVICE	
128	SERVICE
129	PEOPLE
130	VORSCHAU / IMPRESSUM
<p>Täglich Marken-News auf unserer Website www.markenartikel-magazin.de und auf Twitter unter @markenartikler</p>	



80 Digital: Cewe meistert den Wandel



102 Mymuesli: Den eigenen Mix machen



122 Online-Handel: Neue Regeln im E-Commerce