

INHALT

4



NEWS

6 KREATIVE GESUNDHEITSBRANCHE / TOYOTA: WERTVOLLSTE AUTOMARKE / VERBRAUCHERJOURNALISTENPREIS / FACEBOOK HAT DIE AKTIVSTEN MITGLIEDER / MEHR MOBILE INTERNETNUTZUNG / BOSCH MELDET DIE MEISTEN PATENTE / VERTRAUENSWÜRDIGSTE MARKEN

GESUNDHEITSMARKT IM WANDEL

- 12** SELBSTOPTIMIERUNG – Healthcare-Marken haben bisher noch zu wenig auf das neue Kommunikationsverhalten reagiert
- 14** GLOBALE MARKENFÜHRUNG – Die Anforderungen der jeweiligen Zielgruppen kennen und passende Lösungen entwickeln
- 18** LEISTUNG ZÄHLT – Glaubwürdigkeit und Differenzierung spielen im OTC-Markt eine zentrale Rolle
- 20** WERBUNG – Agenturchefs erläutern, worauf es bei der Kommunikation für Medikamente ankommt und welche Regeln hier gelten
- 24** DR. WILLMAR SCHWABE – Der Arzneimittelhersteller will seine Marken stabilisieren und ihnen zu weiterem Wachstum verhelfen

MARKENFÜHRUNG

- 28** BEST AGER – Der demografische Wandel stellt Unternehmen und Gesellschaft vor Herausforderungen, die es aktiv anzugehen gilt
- 32** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Gert G. Wagner, Vorstandsmitglied des DIW Berlin und Vorsitzender des Sozialbeirats der Bundesregierung
- 34** BEST AGER – Marken müssen passende Produkte für die heterogene Zielgruppe entwickeln und mehr Service bieten
- 38** BEST AGER – Wie Hersteller Lösungen für die spezifischen Bedürfnisse der Best Ager finden können
- 41** BEST AGER – Wer nicht in die Demografie-Falle tappen will, muss sich an die sich wandelnden Verhältnisse anpassen
- 44** BEST AGER – Dr. Jens Thiemer, Mercedes-Benz, über die Anforderungen und Bedürfnisse älterer Autokäufer

46	G-E-M MARKENDIALOG – Markenführung über alle Sinne
52	DEUTER – Der schwäbische Rucksackhersteller steht nach dem Abflauen des Outdoor-Booms vor neuen Herausforderungen
56	VERTRAUEN – Bis aus Konsumenten eine Kundschaft wird, ist es ein langer Prozess
58	KÖSENER SPIELZEUG-MANUFAKTUR – Das familiengeführte Unternehmen hat sich erfolgreich als Nischenanbieter etabliert
62	MEDIA – Planung auf Basis von Käufern und emotionalen Werten
65	FRITZ-COLA – Ein Szenetränk auf dem Sprung nach vorn
68	BONBONMARKT – Mit einzigartigen Lutscherlebnissen eine klare Markenpersönlichkeit etablieren
70	MENSCH & MACHER – Babykosthersteller Prof. Dr. Claus Hipp
72	Webradio – Neuer Messstandard unter dem Dach der agma
HANDEL	
74	PRÄSENTATION – Wie Verpackungsdesign dabei helfen kann, die Shopper zum Zugreifen zu animieren
RECHT	
76	UNTER DER LUPE – Wann gilt eine Marke als benutzt?
77	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
78	DESINGESETZ – Novelle bringt eine Reihe von praxisrelevanten prozessualen Änderungen
SERVICE	
80	KURZMELDUNGEN / PEOPLE / EVENTS / VORSCHAU / IMPRESSUM
In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage der ESB Europäischen Sponsoring-Börse. Wir bitten um Beachtung.	
Täglich Marken-News auf unserer Website www.markenartikel-magazin.de und auf Twitter unter @markenartikler	

