

# INHALT

4



	<b>NEWS</b>
<b>6</b>	DEUTSCHE OPTIMISTISCH FÜR 2014 / HERAUSFORDERUNGEN IM MARKETING/ PORSCHE IST STÄRKSTE MARKE / BRUTTOWERBE-MARKT 2013 GESTIEGEN / FÜR QUALITÄT WIRD MEHR GEZAHLT / MEHR PATENTANMELDUNGEN IN 2013 / MITTELSTAND IST VERTRAU-ENSWELT-MEISTER / MARKENVERTRAUEN: NIVEA STÜRZT AMAZON
	<b>IMAGEFAKTOR VERPACKUNG</b>
<b>12</b>	RICHTIG VERPACKT – Designexperten erklären, warum das Packaging an aktuelle Entwicklungen angepasst werden muss
<b>18</b>	PROFILIERUNG – Verpackungen müssen auf den ersten Blick überzeugen, um im Einkaufswagen zu landen
<b>22</b>	UMFRAGE – Die Rolle des Packagings in der Markenstrategie
<b>25</b>	KARTON – Nachhaltigkeit gewinnt beim Packaging an Bedeutung
<b>26</b>	REZYKLAT-INITIATIVE – Werner & Mertz will die Quote von PET-Rezyklat aus dem Gelben Sack in seinen Verpackungen weiter steigern
<b>29</b>	VERPACKUNGSENTSORGUNG – Branchenlösungen und Eigenrücknahmen drohen, das System zum Scheitern zu bringen
	<b>MARKENFÜHRUNG</b>
<b>32</b>	BEST BRANDS – Siegfried Högl, GfK, und Florian Haller, Serviceplan, erklären, was die Sieger so erfolgreich macht
<b>38</b>	BEST BRANDS – Dr. Steven F. Althaus, BMW, über Kontinuität, Wandel und ein klar definiertes Markenbild
<b>39</b>	BEST BRANDS – Durch verstärkte Kommunikation und eine beliebte Markenkone ist Captain Morgan die beste Wachstumsmarke
<b>42</b>	SHOPPER MARKETING – Hersteller & Händler müssen das Entscheidungs- und Kaufverhalten über alle Kanäle hinweg betrachten
<b>45</b>	SHOPPER MARKETING – Ein Zehn-Punkte-Programm für die erfolgreiche Umsetzung von POS-Maßnahmen
<b>48</b>	SHOPPER MARKETING – Aktivitäten müssen an die lokalen Bedürfnisse von Kanal, Handel und Warengruppe angepasst werden

50	SHOPPER MARKETING – Welche Anforderungen sind an die Erforschung des Käuferverhaltens zu stellen?
54	SHOPPER MARKETING – Unternehmen nutzen die digitalen Technologien für eine verbesserte Ansprache der Konsumenten am POS
58	MARY KAY – Kosmetikprodukte im Direktvertrieb
62	PRICING – Unternehmen verschenken Wertschöpfungspotenzial
66	REPOSITIONIERUNG – Der Flughafen München hat alle Tochterfirmen kulturell wie visuell unter einem Dach gebündelt
68	TEE- & KAFFEEMARKEN – Präsenz im Social Media oft mangelhaft
70	MONETÄRE MARKENBEWERTUNG – DB weist Wertbeitrag des Marketings mit eigenem Verfahren nach
73	3 FRAGEN AN – Dr. Stefan Kooths, Kieler Institut für Weltwirtschaft
74	MARKENAKADEMIE – Ehrung für langjährige Dozenten
76	MENSCH & MACHER – Klosterfrau-Chef Friedrich Neukirch
78	WORD-OF-MOUTH – Dialoge in Netzwerken anzetteln
<b>HANDEL</b>	
80	POS – Mehrwert bieten und Einkaufserlebnis verbessern
<b>RECHT</b>	
82	GRENZBESCHLAGNAHME – Neue Verordnung erweitert Schutz
85	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
<b>SERVICE</b>	
86	KURZMELDUNGEN / PEOPLE / EVENTS / VORSCHAU / IMPRESSUM
Täglich Marken-News auf unserer Website www.markenartikel-magazin.de	

