INHALT

Orientierung Marke: Krisenfest und sicher 12

Katzenkenner: 50 Jahre Whiskas 44

J.J. Darboven: Verantwortung übernehmen 52

6 NEWS

JAHRESTAGUNG MARKENVERBAND

12 FRANZ-PETER FALKE, MARKENVERBAND – Freie Kommunikation
16 3 FRAGEN AN – Dr. Philipp Rösler, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie
18 POLITIK – Dr. Frank-Walter Steinmeier über starke Marken
20 INTERVIEW – Christian Schneider, Unicef, über Verantwortung
22 VERTRAUENSSACHE – Den Verbraucher in den Mittelpunkt stellen
24 CHARISMA – Markenbotschaften auf den Punkt bringen
26 EMOTION SCHAFFEN – Sehnsucht nach stabilen Beziehungen
30 DIGITALISIERUNG – Chance für die Interaktion mit den Konsumenten
34 MEHRWERT BIETEN – Markenideen im medialen Gesamtkonzept
40 ZWANG ZUR EINDEUTIGKEIT – Überzeugungstäter muss man sein
42 KREATIVITÄT – Schaffenskraft bei der Produktentwicklung nutzen
44 WHISKAS-JUBILÄUM – Eine Marke prägt ein Segment
48 HALTUNG ZEIGEN – Marken dürfen nicht »everybody's darling« sein
52 NACHHALTIGKEIT – Albert Darboven spricht über faires Handeln
60 SEBAMED – Eine Seife ohne Seife schreibt Erfolgsgeschichte
64 KUNDENBEDÜRFNISSE ERKENNEN – Wissen, was der Verbraucher will
68 AUF WACHSTUMSKURS – Treiber für den Erfolg
72 WEB 3.0 – Gezieltes Touchpoint-Management auf allen Kanälen
75 KLARE ANSAGE – Versprechen on- und offline erfüllen
78 BONDUELLE – Das famose Zartgemüse aus der Dose
82 REISENTHEL – Engagiert gegen Produktpiraten vorgehen

86 BRAND DELIVERY – Kunden und Mitarbeiter einbeziehen
90 BESTENLISTE – Die Markenchampions in der Gastronomie
94 ANALOGIE ZUR BIOLOGIE – Was Marken von Blüten lernen können
98 FRAUENZEITSCHRIFTEN – Selbstverständlich digital
102 HEWLETT PACKARD – Neue Möglichkeiten durch Digitaldruck
104 GAGGENAU – Inspiration auf der Profiküche
108 CHINA IM WANDEL – Luxus aus dem Land der Mitte
110 VERSUNKENE MARKEN – Wann lohnt eine Wiedereinführung?
114 WARTBURG – Eine Touristenattraktion profiliert sich als Marke
116 MARKTFORSCHUNG – Interpretation der Daten ist wichtig
120 FACEBOOK-MARKENRANKING – Disney hat die meisten Fans

HANDEL

124 SCHLECKER – Handel muss mehr für die Selbstvermarktung tun
128 PLATZIERUNG – Bei der Regaloptimierung auch die Kunden fragen
130 MOBILE COMMERCE – Smartphones erobern den Einkauf

RECHT

133 NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
134 KANZLEIENRANKING – Die meldeaktivsten Anwälte beim DPMA
138 GESCHMACKSMUSTER – Paula gegen Flecki

SERVICE

141 KURZMELDUNGEN / PEOPLE /E VENTS
146 VORSCHAU / IMPRESSUM

90 Ranking: Gastromarken punkten

120 Facebook: Wer hat die meisten Fans?

130 M-Commerce: Shopping im Wandel