

INHALT

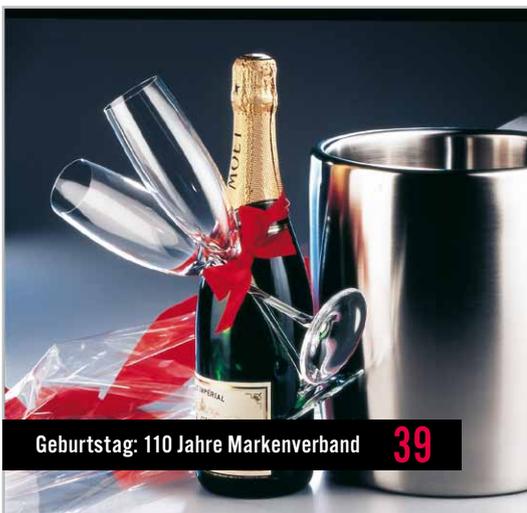
6



Marktforschung: Konsument im Fokus **14**



TV: Nicht mehr selbstverständlich erste Wahl **21**



Geburtstag: 110 Jahre Markenverband **39**

NEWS

8 MARKTFORSCHER LEGEN WEITER ZU / MARKENWERT: APPLE LIEGT VORN / SOZIALES ENGAGEMENT TREIBT ERFOLG / NACHHALTIGKEITSBESPIELE IM WEB / AUDI: ERFOLG IM DIGITALEN RAUM / BEWERBEN FÜR WISSENSCHAFTSPREIS / DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX / FORSCHUNGS-AUSGABEN STEIGEN

MARKTFORSCHUNG & MEDIENNUTZUNG

- 14** KEIN EINHEITSBREI – Was einen guten TV-Spot ausmacht
- 18** PARALLE MEDIENNUTZUNG – Anforderungen an Werbung steigen
- 21** UMFRAGE – Werbungtreibende fordern mehr Innovationsbereitschaft
- 24** FRAGMENTIERUNG – Agenturchefs beziehen Position zu Themen wie Second Screen, Smart-TV und Spartensender-Boom
- 30** SECOND SCREEN – Chance für die Werbungtreibenden
- 32** DIGITALISIERUNG – Social Media, Big Data und Mobile nutzen
- 34** WANDEL – Veränderte Mediennutzung und die neue Rolle des Konsumenten stellen Marktforscher vor neue Herausforderungen
- 36** MOBILE BEFRAGUNG – Mit QR- und Barcodes Probanden erreichen

MARKENFÜHRUNG

- 39** 110 JAHRE MARKENVERBAND – Ein Blick in die Historie zeigt, dass viele Themen nicht an Relevanz verloren haben
- 44** HENKEL – Dr. Simone Bagel-Trah, Ururenkelin des Markenverband-Mitbegründers Fritz Henkel, über die zentralen Bausteine für Wachstum
- 46** GEMEINSAM STARK – Johann C. Lindenberg, Ex-Präsident des Markenverbandes, ruft Mitglieder zu ungebrochenem Engagement auf
- 48** DIGITALISIERUNG – Dr. h.c. Helmut O. Maucher, Ehrenpräsident von Nestlé, über den Wunsch der Verbraucher nach Orientierung
- 50** WISSENSCHAFT & PRAXIS – Warum Marken faszinieren
- 52** AUSBLICK – Antizipation der künftigen Erfolgsfaktoren ist wichtig

| | |
|---|---|
| 56 | GRATULATION – BPatG, HDE, BDI, DPMA, GWA, Agma, Bundeskartellamt & VDZ über ihre Zusammenarbeit mit dem Markenverband |
| 56 | MENSCH & MACHER – Ex-Nestlé-Deutschlandchef Hans G. Güldenber |
| 62 | NACHHALTIGKEIT – Henkel will gemeinsam mit Wettbewerbern, Handelspartnern und Lieferanten das Thema vorantreiben |
| 67 | BIERSERIE – Spezialitätenbrauerei Riegele setzt auf Vielfalt |
| 70 | MARKENAKADEMIE – Gerhard Berssenbrügge, Nestlé Deutschland, betont die Bedeutung von Weiterbildungsprogrammen |
| 72 | KIDS – Internet hat festen Platz im Alltag der jungen Zielgruppe |
| 74 | ERGOBAG – Ranzenhersteller will den Markt erobern |
| 77 | 3 FRAGEN AN – Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes |
| 78 | SONNENTOR – Kräuter, Tees und Gewürze aus biologischem Anbau |
| 82 | LAKRITZMARKT – Dr. C. Soldan hat große Pläne für die Marke Rheila |
| HANDEL | |
| 84 | MYSTERY-E-SHOPPING – Qualität der Online-Präsentation sichern |
| RECHT | |
| 86 | NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen |
| SERVICE | |
| 87 | KURZMELDUNGEN |
| 88 | PEOPLE |
| 89 | EVENTS – NBRZ Media Night / ZAW-Feierstunde / Mainzelmännchen-Ehrenwürde / ECR Award 2013 |
| 91 | VORSCHAU / IMPRESSUM |
| Täglich Marken-News auf unserer Website www.markenartikel-magazin.de | |



62 Henkel: Nachhaltigkeitsstrategie 2030



72 Mediennutzung: Kids im Web



82 Rheila: Lakritzmarke auf dem Sprung