

# INHALT

4



»Liebe deine Verpackung« 32



Leichtgewichte sind gefragt 36



KPM: Das Zepter fest im Griff 42

## NEWS

**6** VERTRAUENSKRISE / PREISWAHRNEHMUNG / ARD & ZDF BÜNDELN WERBEVERTRIEB / PLUS-FILIALEN WERDEN PENNY / MIT DER ZEIT GEHEN / »PREMIUM CLUBHOUSE« / BVM-Preis / FUNKTIONSANALYSE 2008 / KONSUMKLIMA LEGT ZU / FINANZKRISE DRÜCKT WERBEMARKT / »SPIEGEL«-NEUBAU / MCCANN WERBEGESCHICHTE

## KAUM SCHNÄPPCHEN BEIM DISCOUNTER

**12** BILLIG-KATER – Beim Discounter als Schnäppchenjäger ins Schwarze zu treffen, ist fast ein Glücksfall, lautet das Fazit der Stiftung Warentest

**14** QUALITATIVE VERBRAUCHERAUFKLÄRUNG – Christopher Scholz, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer Markenverband, über die Gefahren und Grenzen einer Billig-Strategie

**16** AUF DEM GRABELTISCH – Interview mit Dr. Dirk Lorenz, Projektleiter Stiftung Warentest, über vermeintliche Nonfood-Schnäppchen

**18** SCHNÄPPCHENJAGD – Nicht alle suchen nur das Billigste

**19** 3 FRAGEN AN – Ilse Aigner, neue Bundesministerin für Landwirtschaft und Verbraucherschutz

## MARKENFÜHRUNG

**20** UMFRAGE – Die 5. Verpackungs-Novelle ist zwar noch nicht in Kraft, aber bereits umstritten, offenbart eine Umfrage

**27** VERPACKUNGSVERORDNUNG – Schritt in die richtige Richtung

**28** VERPACKUNGSENTSORGUNG – Gelbe Tonne noch zeitgemäß?

**30** VERPACKUNGSNOVELLE – Eindeutig regeln

**32** »LIEBE DEINE VERPACKUNG« – Interview mit Wolfgang Bahmann, Geschäftsführer Chesapeake Deutschland

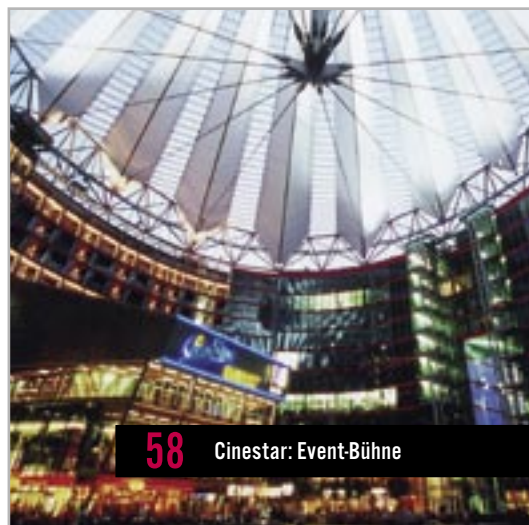
**36** LEICHTGEWICHTE SIND GEFRAGT – Manfred Aumann, Sales Director M-Real, sieht große Potenziale für leichte Kartonqualitäten

**39** VERPACKUNGSDIALOG – Markenführung ist Chefsache

<b>44</b>	<b>3 FRAGEN AN</b> – Matthias Machnig, Staatssekretär im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
<b>42</b>	<b>KÖNIGLICHE PORZELLAN-MANUFAKTUR</b> – Das Zepter fest im Griff
<b>46</b>	<b>OWM-FACHTAGUNG</b> – Rückblick
<b>48</b>	<b>GEM FORUM</b> – Welche Marken das Gehirn aktivieren
<b>52</b>	<b>WALTER SERVICES</b> – Hart am Wind
<b>56</b>	<b>HOHES C</b> – So wichtig wie das tägliche Brot
<b>58</b>	<b>SERIE FREIZEIT UND MARKE</b> – Cinestar
<b>62</b>	<b>SERIE SPORT UND MARKE</b> – Mast-Kur macht Löwen zum Hirschen
<b>65</b>	<b>MISSION MARKE</b> – Positive Bilanz des Markenverbands
<b>HANDEL</b>	
<b>66</b>	<b>VISUAL SHOPPING</b> – Im Netz einfangen
<b>RECHT</b>	
<b>70</b>	<b>MARKENFORUM 2008</b> – Schutz der Marken zentrales Thema
<b>72</b>	<b>SMD NEWS</b>
<b>SERVICE</b>	
<b>73</b>	<b>KURZMELDUNGEN</b>
<b>74</b>	<b>HATTEMERS EX LIBRIS</b>
<b>75</b>	<b>PEOPLE</b>
<b>76</b>	<b>MEDIENSCHAU</b>
<b>77</b>	<b>EVENTS</b>
<b>83</b>	<b>VORSCHAU / IMPRESSUM</b>
In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage von MAX CREATIVE. Wir bitten um Beachtung.	



**56** 50 Jahre Hohes C



**58** Cinestar: Event-Bühne



**62** Trikotsponsoring: Mast-Kur