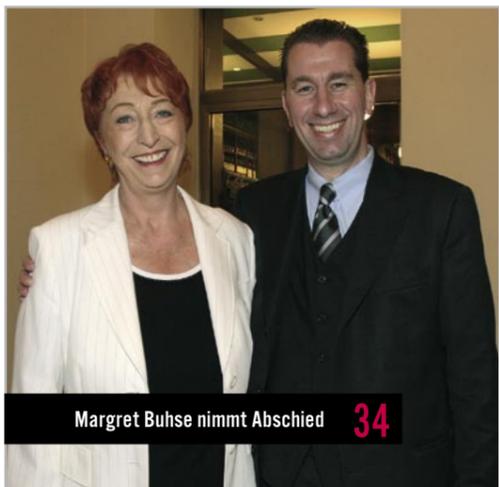


# INHALT



Marken- und Produktpiraterie **12**



Margret Buhse nimmt Abschied **34**



175 Jahre ASS Altenburg **48**

<b>NEWS</b>	
<b>6</b>	ERFRISCHENDES NASS / TICKENDER LUXUS / THRONBESTEIGUNG / HEILIGENDAMM / KAUFRAUSCH / DES KAISERS NEUE KLEIDER / ONLINE ORGANISIERT SICH / GOTT ERHALT'S / URVERTRAUEN
<b>MARKEN- UND PRODUKTPIRATERIE</b>	
<b>12</b>	BUMERANG TECHNOLOGIETRANSFER – 30 Milliarden Euro Schaden durch Produktpiraterie und der Internet-Handel mit Fakes rückt in die Kritik
<b>16</b>	3 FRAGEN AN – Edda Müller, Bunderverband Verbraucher
<b>18</b>	GLOBALISIERUNG – Gesetzgeber und Rechtsprechung bemühen sich kontinuierlich, bestehende Lücken zu schließen
<b>22</b>	SYMPOSIUM – Deutsch – Chinesisches Treffen und eine Aktion geben Anlass zur Hoffnung
<b>24</b>	CHINA SUCHT MARKEN – Starke Marken bestimmen im globalen Handel selber das Spiel
<b>MARKENFÜHRUNG</b>	
<b>26</b>	AUSSENWERBUNG – Plakatwerbung wirkt und wirbt interaktiv
<b>30</b>	GEOMARKETING – »Ein Plakat für den Musterweg, bitte!«
<b>33</b>	WERBEBAROMETER – Edeka rüstet auf
<b>34</b>	PORTRAIT – Margret Buhse, Kommunikationschefin von Beiersdorf und Vorstandsmitglied in der OWM, hat sich verabschiedet. Ein Rückblick und deren Würdigung auf über 30 Jahre erfolgreiche Arbeit
<b>48</b>	FIRMENPORTRÄT – Die Klassiker von ASS Altenburger feiern ihren 175. Geburtstag und mit ihnen die ganze Stadt
<b>52</b>	SPIRITUOSENMARKT – Heimat, deine Schnäpse! Wie deutsche Hersteller sich gegenüber exotischen Spezialitäten behaupten wollen
<b>55</b>	CORPORATE GOVERNANCE – Wie ein guter Ruf Marken macht

<b>58</b>	MARKTFORSCHUNG – Modemarke More & More wächst
<b>62</b>	PRO CARTON – Emotionen richtig verpackt
<b>65</b>	PRINT-ZUKUNFT – Warum Magazine vom Internet belebt werden
<b>70</b>	SERIE DIENSTLEISTUNGSMARKEN – Die Bahn will bewegen
<b>76</b>	UNTERNEHMEN KUNST – Kunsthalle Emden
<b>HANDEL</b>	
<b>80</b>	SHOPPER RESEARCH – Wohin geht die Einkaufsreise im Laden?
<b>84</b>	POS-MARKETING – Hauptsache Regal
<b>RECHT</b>	
<b>88</b>	SCHUTZRECHTSVERLETZUNGEN – Gegenoffensive mit Hindernissen bei Produkt- und Markenpiraterie
<b>SERVICE</b>	
<b>91</b>	KURZMELDUNGEN
<b>92</b>	HATTEMERS EX LIBRIS
<b>93</b>	PEOPLE
<b>94</b>	MEDIENSCHAU – Puma springt zu Gucci
<b>95</b>	NEU IM VERBAND – WMF / Schmitz-Werke GmbH
<b>97</b>	EVENTS – Pro Carton / Chlorodont-Jubiläum
<b>98</b>	VORSCHAU / IMPRESSUM
In dieser Ausgabe befinden sich folgende Beilagen: ECR D-A-CH, c/o GS1 Germany GmbH, Maarweg 133, 50825 Köln, www.gs1-germany.de; BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V., Breite Straße 24, 13187 Berlin, www.bvm.org und IM Marketing-Forum GmbH, Englerstraße 26, 76275 Ettlingen, www.kundeimfocus.de. Wir bitten um Beachtung.	



**52** Spirituosenmarkt: Klassiker in der Offensive



**70** Serie Dienstleistungsmarken: Die Bahn



**76** Serie Kunst: Kunsthalle Emden