

# INHALT

4



Beauty: Branche tagt in Berlin **12**



Luxus: Marken mit Flair **36**



Social Media: Den ROI kennen **42**

## 6 NEWS

KOSMETIK: MEHR GELD FÜR WERBUNG / WERBUNG: ONLINE STEIGT WEITER / APPLE IST AM WERTVOLLSTEN / NACHHALTIGKEITSIMAGE: HIPPO VORN / POSITIVES IMAGE IN BRASILIEN / AGMA: INTEGRATION VON ONLINE / HOHES VERBRAUCHERVERTRAUEN / SHOWROOMING NIMMT ZU / NACHHALTIGKEIT WICHTIG FÜR KAUF / SCHUBERT NEUER ZAW-PRÄSIDENT / CSR: GROSSE UMSETZUNGSDEFIZITE

## KOSMETIKBRANCHE

- 12** INTERVIEW – VKE-Präsident Stephan Seidel über die Tücken des Internets, Produktpiraterie und drohende Werberestriktionen
- 16** MARKENVERSPRECHEN EINLÖSEN – Auftritt am POS muss überzeugen und dem Markenimage entsprechen
- 20** KOSMETIK IM WEB – Der Online-Handel mit Schönheitsprodukten entwickelt sich rasant, Unternehmen müssen reagieren
- 23** CUSTOMER CENTRICITY – Wer weiß, was Kunden wollen, kann dieses Wissen in den Sortiments- und Preisentscheidungen nutzen
- 26** PRODUKTPIRATERIE – Der Zoll ist ein wichtiger Verbündeter im Kampf gegen die Fälscher
- 28** MENSCH & MACHER – Der Designer Wolfgang Joop persönlich
- 30** MARKENPORTRÄT – Die französische Kosmetikmarke Sothys will mit Concept Stores die Bekanntheit der Marke steigern
- 34** DUFTSTARS – »La petite Robe noire« von Guerlain gewinnt in den Kategorien »Exklusiv Damen« und »Bester TV-Spot«

## MARKENFÜHRUNG

- 36** LUXUSMARKEN – Sie folgen ihren eigenen Gesetzen und werden durch ihre Aura begehrenswert
- 39** PRODUCT PLACEMENT – Wie müssen Marken und Produkte eingesetzt werden, um bestmöglich zu wirken?
- 42** SOCIAL MEDIA – Was bringt einem Unternehmen das Engagement im Bereich Social Media? Wie kann es den ROI messen?
- 44** MARKENRELAUNCH – TÜV Nord fasst Leistungen unter neuer Dachmarke TÜV Nord Group zusammen

<b>46</b>	<b>JUBILÄUM</b> – Claas, Hersteller von Landmaschinen, feiert in diesem Jahr sein 100-jähriges Bestehen
<b>50</b>	<b>DEMOGRAFISCHER WANDEL</b> – Mittelständler müssen Angebot, Vertrieb und Marketing auf die Zielgruppe zuschneiden
<b>52</b>	<b>MULTIMEDIALITÄT</b> – Eine sinnvolle crossmediale Präsenz setzt das Verstehen medialer Nutzungspfade voraus
<b>54</b>	<b>KOMMUNIKATION</b> – Der richtige Mix aus Online- und Offline-Werbung sowie relevanter Content entscheiden über den Kampagnenerfolg
<b>HANDEL</b>	
<b>56</b>	<b>TOUCHPOINTS</b> – Welcher Shopper-Typ tickt wie?
<b>RECHT</b>	
<b>59</b>	<b>NEWS</b> – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
<b>60</b>	<b>GEISTIGES EIGENTUM</b> – Unternehmen fordern ein schnelleres Handeln bei der Bekämpfung von Produkt- und Markenpiraterie
<b>64</b>	<b>MARKENSCHUTZ</b> – Grillhersteller Weber-Stephen und Schneidwarenhersteller Dreizack fordern mehr internationale Vernetzung
<b>66</b>	<b>RECHNUNGSLEGUNGSRICHTLINIE</b> – Markenverband wirbt für das Freiwilligkeitsprinzip bei der CSR-Berichterstattung
<b>SERVICE</b>	
<b>68</b>	<b>KURZMELDUNGEN</b>
<b>69</b>	<b>PEOPLE</b>
<b>70</b>	<b>EVENTS</b> – Duftstars / ADC Festival / Ramses / Comprix / Deutscher Dialogmarketing Preis / Club der Optimisten / TV Wirkungstag / CSR-Preis / Deutschlands Beste Arbeitgeber
<b>74</b>	<b>VORSCHAU / IMPRESSUM</b>
Täglich Marken-News auf unserer Website <a href="http://www.markenartikel-magazine.de">www.markenartikel-magazine.de</a>	



**46** Claas: Schweres Gerät



**56** Touchpoints: Alle Kanäle bespielen



**51** Produktpiraterie: Mehr Schutz gefordert