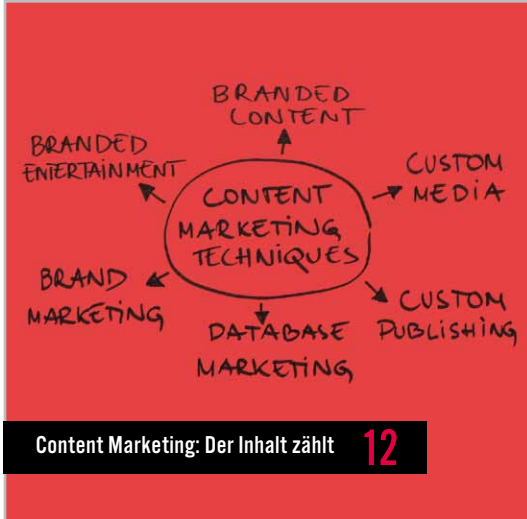


# INHALT

4



## NEWS

**6** INVESTITIONEN IN WERBUNG / HERKUNFT & MARKENBEWUSSTSEIN / WICHTIGE SÜSSWARENMARKEN / TINA BEUCHLER IST OWM-CHEFIN / INTERNET WIRD LUXUSMEILE / UNTERNEHMEN KÖNNEN VERÄNDERN / STUDENTEN WOLLEN ZU GOOGLE / HÖRFUNKNUTZUNG KONSTANT / DIGITALES MARKENERLEBEN / DIALOGMARKETING WIRD GENUTZT

## CORPORATE PUBLISHING

- 12** PERFORMANCE – Worauf Marken achten sollten, wenn sie den Erfolg ihrer Unternehmensmedien messen und verbessern wollen
- 16** PAID, OWNED, EARNED – Wer relevante Gesprächsanlässe bietet, kann durch Inhalte Kundenbindung schaffen
- 20** NARRATION – Beim Content Marketing ist journalistische Kompetenz gefragt, denn nur Inhalte mit Relevanz werden geteilt
- 22** ALLIANZ – Themenzeitungen mit Lösungen für die Kunden
- 24** TELEKOM – Das Musikmarketingprogramm »Electronic Beats« macht das Markenversprechen erlebbar
- 28** VOLKSWAGEN – Warum transmediales Storytelling und hochwertiger Content in Zukunft der Schlüssel zum Erfolg sind
- 30** CONTENT MARKETING – Corporate Publisher erklären, was hinter dem Hype steckt und warum er eine nützliche Erfindung ist

## MARKENFÜHRUNG

- 34** JAHRESTAGUNG – Angela Merkel, Guido Westerwelle und Cem Özdemir zeigten beim Markenverband Flagge
- 39** AWA – Die Wertschätzung der Marke steigt, ist aber je nach Alter und Konsumbereich unterschiedlich ausgeprägt
- 42** VKE-TREFF – Kosmetikbranche diskutiert über »Business in Zeiten von Omnichannel« und die Präsentation der Marken im Web
- 48** DIGITALISIERUNG – Luxuskosmetik lebt trotz Internet von der Inszenierung und der Beratungsqualität im stationären Handel

<b>50</b>	<b>MENSCH &amp; MACHER</b> – Kaffeekönig Albert Darboven
<b>52</b>	<b>LIEKEN</b> – Der Backwarenhersteller reagiert mit neuen Produkten auf die veränderten Ansprüche der Verbraucher
<b>56</b>	<b>THONET</b> – Erfolg mit Designklassikern und modernen Kreationen
<b>60</b>	<b>G·E·M Kamingespräch</b> – Nestlé-Ehrenpräsident Helmut O. Maucher sprach über Kontinuität in der Markenpolitik
<b>64</b>	<b>HOTELLERIE</b> – Die Bekanntheit vieler Hotelmarken ist gering und Differenzierungsfähigkeit zumeist nicht gegeben
<b>66</b>	<b>DR. SCHÄR</b> – Wachstum im Markt mit glutenfreien Produkten
<b>HANDEL</b>	
<b>69</b>	<b>WARENHÄUSER</b> – Standortbereinigung und Zusammenführung erfolgreicher Häuser unter einem Dach
<b>RECHT</b>	
<b>72</b>	<b>FARBSACHE</b> – Wird eine Farbe von den Kunden als Herkunftshinweis gesehen oder als reines Gestaltungsmittel?
<b>74</b>	<b>NEWS</b> – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
<b>SERVICE</b>	
<b>75</b>	<b>KURZMELDUNGEN</b>
<b>76</b>	<b>PEOPLE</b>
<b>77</b>	<b>EVENTS</b> – Jahrestagung Markenverband / VKE-Treff/ G·E·M Kamingespräch / Eddi 2013
<b>82</b>	<b>VORSCHAU / IMPRESSUM</b>
Täglich Marken-News auf unserer Website <a href="http://www.markenartikel-magazine.de">www.markenartikel-magazine.de</a>	



**52** Lieken: Mit Laib und Seele



**60** GEM: Gespräch mit Helmut O. Maucher



**69** Handel: Karstadt und Kaufhof im Wandel