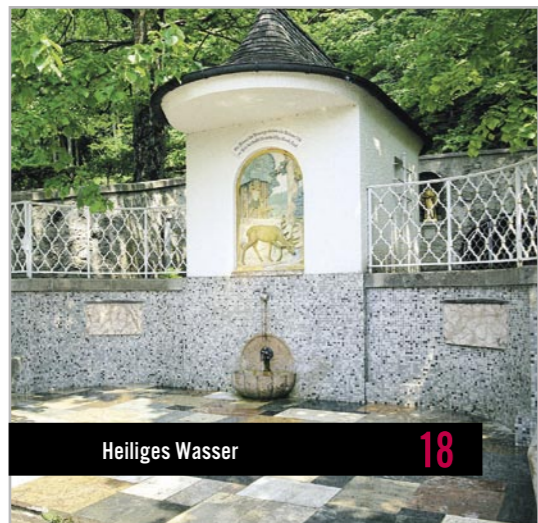


INHALT



Heiliges Wasser 18



Der Dandy in uns 26



Brandy: Andalusiens Gold 40

| | |
|----------------------|---|
| NEWS | |
| 6 | ELTERN HÖREN AUF IHRE KINDER / NEUER HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER MV / BESTE MARKEN / MAGAZIN FÜR ÄLTERE GENERATION / BELIEBTESTE SENDUNG IM FARBfernsehen / GEREIFTE MARKEN / VOR DER EIGENEN HAUSTÜR / DEUTSCHE MARKEN IN CHINA |
| JAHRESTAGUNG | |
| 12 | »CSR« – Unternehmerischer Erfolg mit CSR und Nachhaltigkeit |
| 22 | FORUM MARKE – Hochkarätige Referenten |
| 24 | DR. REINHARD ZINKANN – Miele & Cie KG und der Unternehmensanspruch: »Immer besser« |
| 30 | DR. RAINER HILLEBRAND – Die OTTO Group und ihre Verantwortung gegenüber Gesellschaft, Umwelt und Mitarbeiter |
| 38 | PIETER NOTA – Der Beiersdorf Markenvorstand über die gesellschaftliche Verpflichtung und wie man sie lebt |
| 44 | HEILIGES WASSER – Die Adelholzer Alpenquelle fließt für gemeinnützige Einrichtungen |
| 49 | NACHHALTIG TRINKEN MIT SMOOTHIES – Ein Obst-Drink mit Umwelt und Sozial-Engagement |
| 52 | ERFOLGREICH AM MARKT – Mit Durable Ordnung in die Ablage bringen |
| 58 | 3 FRAGEN AN... – Gerd Sonnleitner, Deutscher Bauernverband, und die gesellschaftlichen Aufgaben der Agrarwirtschaft |
| 60 | NEUE CHANCEN FÜR MARKEN UND QUALITÄT – Wie das »Cradle to Cradle«-Prinzip den ewigen Kreislauf der Stoffe sicherstellt |
| MARKENFÜHRUNG | |
| 62 | DER DANDY IN UNS – Unternehmensporträt der Marke Sieger |
| 66 | ANDALUSIENS GOLD – Brandy de Jerez liegt voll im Trend |
| 72 | MARKENGEFÜHL – Steuerung und Steigerung der Markenkraft |
| 78 | PRICKELNDE MARKE – 175 Jahre Henkel & Co. |
| 84 | EMPLOYER BRANDING – Arbeitgeber als Marke |

| | |
|----------------|--|
| 88 | KONSUMENTENFÜHRUNG – Vertrauen führt zum Markenerfolg |
| 94 | WENIGER BEZAHLEN – MEHR VERDIENEN – Markenporträt AWD |
| 98 | MITTE DER GESELLSCHAFT – Die Mitte macht's |
| 103 | MARKENPIRATERIE – Der G8-Gipfel und seine Folgen |
| 106 | MARKENAUFBAU – Was große + erfolgreiche Marken ausmacht? |
| 112 | ANGELIKA JAHR – Magazine auf dem Weg zu Multi-Media-Marken |
| 117 | WERBEWIRKUNG – Unterbewusstsein und Werbewirkung |
| 121 | ONLINE-PORTAL – Die neue Portalwelt von Merck Chemicals |
| 124 | SERIE UNTERNEHMEN KUNST – Eine Allianz für die Kunst |
| 130 | MARKENMANAGEMENT – Eine Kooperationsstudie vom Markenverband, bdvb, BrandMaker und Brandrating |
| 132 | MARKENWIRKUNG – Image ist alles |
| 137 | HEIMWERKERMARKT – Gefragt sind Sicherheit und Beratung |
| 142 | SERIE DIENSTLEISTUNGSMARKEN – Mit Sixt flott in Fahrt |
| 148 | SERIE DIENSTLEISTUNGSMARKEN – CeWe Color gut belichtet |
| HANDEL | |
| 154 | CONVENIENCE – Tante Emma kehrt zurück |
| 158 | COUPONING – Markenhersteller und Handel setzen auf Coupon |
| RECHT | |
| 162 | INTERNET – Ebay und kein Ende |
| 165 | GRAUMARKT – Seriennummer vs. Graumarktware |
| 166 | MARKENANMELDUNGEN – Öko-Marken im Aufwind |
| SERVICE | |
| 168 | Buchbesprechung / Ex Libris / People / Medienschau / Neu im Verband / Events |
| 178 | VORSCHAU / IMPRESSUM |



48 175 Jahre Sektellerei Henkel



54 Eine Allianz für die Kunst



58 Sixt flott in Fahrt