

INHALT



POS-Marketing: Kundenwünsche erfüllen **12**



Markenschutz: Strategien entwickeln **24**



Porträt: Vitamix mischt den Markt auf **40**

NEWS

6 UMSATZBRINGER: ANLASS-SHOPPING / MARKENPRODUKTE BEVORZUGT / NACHHALTIGKEIT IST WICHTIG / WERBEMARKT WÄCHST UM ZWEI PROZENT / LEBENSMITTEL: INFOS ERWÜNSCHT / JÜNGERE SIND OFFEN FÜR INNOVATIONEN / BELIEBTESTE SPORTMARKEN / MARKEN-LOGOS IM SOCIAL WEB / WERBUNG AUF YOUTUBE IST UNBELIEBT

SHOPPER-MARKETING: NEUE KANÄLE NUTZEN

- 12** MOBILE IM TREND – Die Zukunft von Offline liegt Online
- 16** INTERVIEW – Herbert Sollich (Veltins), Udo Töpel (Henkel) und Verena Wenzel (Schwartau) über Kundenansprache zwischen Regal und Digital
- 20** CUSTOMER JOURNEY – Verfügbarkeit von Informationen und Produkten auf allen Kanälen zu jeder Zeit wird erfolgsentscheidend für Marken
- 22** VIRTUAL REALITY – Bei der Entwicklung muss der Mehrwert über die Technikverliebtheit siegen

MARKENFÜHRUNG

- 24** MARKENSCHUTZ I – Galina Herzig, Carglass, über schrittweise Anpassungen und Kundenfokus als Teil des Erfolgsrezepts
- 26** MARKENSCHUTZ II – Luxushersteller dürfen sie selektive Vertriebssysteme einrichten und Vertrieb über Drittplattformen verbieten
- 29** MARKENSCHUTZ III – Wer einen Namen für eine neue Marke sucht, muss dabei einige Regeln beachten
- 32** MARKENSCHUTZ IV – Probleme der Markenerschöpfung
- 36** PROGNOSE – Die Veränderungsgeschwindigkeit steigt, und viele Marken werden Konkurrenten aus dem Digitalbereich zum Opfer fallen
- 38** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Christoph M. Schmidt, Präsident des RWI Leibniz-Instituts für Wirtschaftsforschung
- 40** VITAMIX – Wie das US-Unternehmen vom Gesundheitstrend profitieren und mit seinen Mixern den deutschen Markt aufmischen will

- 44** G-E-M KAMINGESPRÄCH – Horst Rahe, Erfinder der Aida-Schiffe, Hotelier und geschäftsführender Gesellschafter Deutsche Seereederei
- 46** BRANDING – Markennamen sind wichtigstes Alleinstellungsmerkmal der Marke und sollten die Markenpositionierung widerspiegeln
- 48** TRANSFORMATION – Wie digitale Tools helfen können, die Relevanz von Marken wieder herzustellen oder zu erhöhen
- 50** MADE IN GERMANY – Der deutsche Mittelstand muss seine Bedenkenskultur ablegen, mehr Hemdsärmeligkeit ist gefragt
- 53** TOUCHPOINTS – Warum Telefon-Hotlines als Kundenkontaktpunkt noch zeitgemäß sind, aber oft vernachlässigt werden

HANDEL

- 56** COUPONING – Deutschland hinkt bei Rabattcoupons hinterher, aber der Markt wächst, getrieben durch Online- und Mobile-Couponing

RECHT

- 58** AMAZON – Dem Online-Versandhändler wird unter anderem Markt-machtmissbrauch vorgeworfen. Ein Blick hinter die Kulissen
- 62** NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen

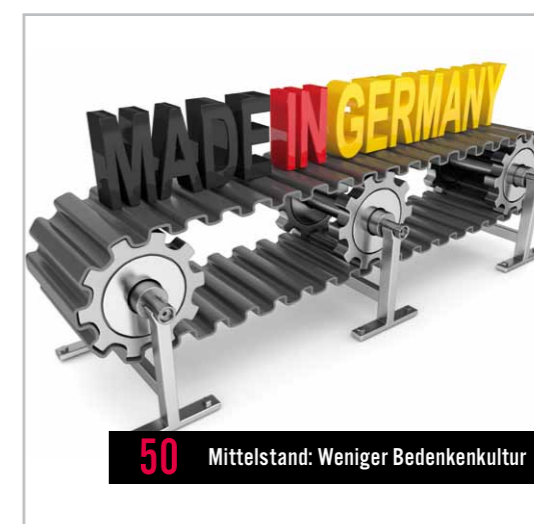
SERVICE

- 63** KURZMELDUNGEN
- 64** PEOPLE
- 65** EVENTS – G-E-M Kamingespräch / Nachhaltigkeitspreis
- 66** VORSCHAU / IMPRESSUM

Täglich Marken-News auf unserer Website
www.markenartikel-magazin.de
 und auf Twitter unter @markenartikler



44 G-E-M: Horst Rahe (r.) beim Kamingespräch



50 Mittelstand: Weniger Bedenkenskultur



58 E-Commerce: Amazon in der Kritik