

INHALT

4



Wertezeichen: Leuchtturm Marke **12**



Marktforschung: Aus Daten zur Erkenntnis **48**



Beam Suntory: Stark mit Whisky **70**

NEWS

- 6** TOP 20-SPONSOREN IN DER BUNDESLIGA / VERTRAUEN IN LOKALE MARKEN / INNOVATIVE FAMILIENUNTERNEHMEN / AUTOWERBUNG IN ZEITUNGEN & ONLINE / NACHHALTIGER KONSUM / VIRTUAL REALITY IST TREND / BESTE CSR-WEBSITES 2016 / MOBILE INTERNETNUTZUNG STEIGT

JAHRESTAGUNG MARKENVERBAND

- 12** FRANZ-PETER FALKE, MARKENVERBAND – Marken sind Wertezeichen
- 14** GARY COOMBE, P&G – Marken als Katalysator für Wachstum
- 18** 3 FRAGEN AN – Rainer Wendt, Deutsche Polizeigewerkschaft
- 20** LUTZ MARMOR, NDR – Warum man nicht pauschalisieren darf
- 24** CHRISTOPH SCHWENNICKE, CICERO – Eine neue Debattenkultur
- 30** ANREIZE SCHAFFEN – Kluge Gesetzgebung setzt auf Vertragsfreiheit
- 34** DER WERT VON WERTEN – Steigert verantwortungsvolles Handeln die Bindung der Konsumenten an Marken?
- 38** MARKEN – Hohes Vertrauen sorgt für eine positive Dynamik
- 42** DIGITALISIERUNG – Rückbesinnung auf Kundenbedürfnisse ist wichtig

MARKENFÜHRUNG

- 48** MARKTFORSCHUNG I – Die Frage nach dem Warum
- 53** MARKTFORSCHUNG II – »Der Hype um Big Data schwächt sich ab«
- 56** MARKTFORSCHUNG III – Die Zukunft liegt im Bereich Mobile Research
- 60** MARKTFORSCHUNG IV – Forschen, um zu verändern
- 62** MARKTFORSCHUNG V – Ein Bild sagt mehr als tausend Worte
- 64** MARKTFORSCHUNG VI – Generation Y orientiert sich an Bio-Siegeln
- 68** MARKTFORSCHUNG VII – Markeneinfluss durch Vertrauen

70	BEAM SUNTORY – Zwischen Tradition und Innovation
76	TRUSTED BRANDS – Emotionale Werte zählen mehr als materielle
78	ONE DROP ONLY – Erfolgreich mit Spezialprodukten
82	MULTISENSORIK – Sinneskanäle übergreifend ansprechen
84	DR. KARG – Knäckebrot als Zwischendurch-Knabberei
87	MEHRMARKENPORTFOLIOS – Vielfalt unter einem Dach
90	LR HEALTH & BEAUTY SYSTEMS – Produkte im Direktvertrieb
96	INFLUENCER MARKETING – Erfolg mit Social Media-Stars
HANDEL	
100	HANDELSMARKEN – Der Trend geht Richtung Mehrwert
103	PRICING – Welche Faktoren entscheiden die Preiswahrnehmung?
RECHT	
106	BREXIT – Was Markeninhaber beachten müssen
108	HEALTH-CLAIMS – In der Praxis gibt es weiter Unklarheiten
111	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
SERVICE	
112	KURZMELDUNGEN / PEOPLE / EVENTS
115	VORSCHAU / IMPRESSUM
In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage von Ipsos. Wir bitten um Beachtung.	
Täglich Marken-News auf unserer Website www.markenartikel-magazin.de und auf Twitter unter @markenartikler	

