INHALT

OWM: Effiziente Marketinginvestments 12

Jubiläum: Nivea wird 100 72

Dr. Becher: Saubere Sache 84

NEWS

6 GEMISCHTE ERWARTUNGEN / BRUTTOWERBEMARKT STABIL / MARKETING-POTENZIAL VON MUSIK / NACHHALTIGKEIT IST UMWELTSCHUTZ / »SAVE FOOD« GEHT IN DIE 2. RUNDE / ARBEITGEBER-ATTRAKTIVITÄT / SOCIAL MEDIA WÄCHST

ROI IN DER MARKETINGKOMMUNIKATION

12 JOACHIM SCHÜTZ, OWM – ROI ist die wichtigste Kennzahl

14 FRANZ-PETER FALKE, MV – Werbung: Investition in die Zukunft

16 KONVENTIONEN FESTSETZEN – Uwe Becker, OWM, über Transparenz, Leistungsnachweise und Standards bei den Messmethoden

22 3 FRAGEN AN – Gerhard Berssenbrügge, Vorstandsvorsitzender der Nestlé Deutschland AG

24 EFFIZIENZ – Marketinginvestments besser steuern

30 NEUAUSRICHTUNG – McKinsey-Studie zur Notwendigkeit eines neuen Medien- und Kommunikationsmanagements

34 360 GRAD-KOMMUNIKATION – Der Mediamix von morgen?

38 ROI – Was Markenartikler zur Messung unternehmen

40 TV, RADIO, PRINT, ONLINE – Andere Länder, andere Medienrelevanz

44 LEISTUNGSNACHWEIS – Wertorientierte Marketingsteuerung wichtig

50 OWM-MITGLIEDERUMFRAGE – Verhaltener Optimismus für 2012

54 KOLLABORATION – Gemeinsam mehr erreichen

57 AGENTURWAHL – Familienunternehmen ticken anders

60 KONVERGENZ – Vergleichbar machen, Standards definieren

64 PARADIGMENWECHSEL – Kunden sind Empfänger und Sender

67 PRÄZISION – Belegbare Zahlen mit Modelling und Pretesting

70 KREATIVITÄT – Wer wagt, gewinnt

MARKENFÜHRUNG

72 NIVEA – Neuausrichtung zum 100. Geburtstag
78 MERCK – Veränderte Markenarchitektur
84 NEU IM VERBAND – Dr. Becher punktet in der Nische
88 BIERSERIE – In Darmstadt braut sich was zusammen
92 DIGITALISIERUNG – Verlage nutzen Chancen des Internets
96 »FAZ« – Starke Medienmarke mit Tradition
102 MUNDPROPAGANDA – Empfehlungen gezielt nutzen
106 OST-WEST-STUDIE – Unterschiede beim Markenbewusstsein
108 BOCKSBEUTEL – Frankenweine setzen auf Verjüngungskur
110 INTERVIEW – Rainer Lührs, Dr. Oetker, über Qualitätsrezepte

HANDEL

114 EINKAUFSVERHALTEN – Viele Käufe werden abgebrochen
116 IMPULSKÄUFE – Kunden entscheiden oft spontan

RECHT

120 SICHERHEIT – Identifizierungssysteme zum Schutz vor Plagiaten
123 NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
124 SOCIAL MEDIA – Chancen nutzen, Risiken kennen
126 LEISTUNGSSCHUTZRECHT – Verlage fordern mehr Schutz
130 TOP LEVEL DOMAINS – Internet-Endungen rechtzeitig sichern

SERVICE

132 KURZMELDUNGEN / PEOPLE / EVENTS
138 VORSCHAU / IMPRESSUM

96 Medien: Markenführung bei der »FAZ«

114 Studie: Shopperverhalten am POS

130 Domainnamen: Adressen sichern