

INHALT

6



Klare Strategie von Carglass **22**



Seat gewinnt mit Europa League **37**



Coca-Cola ist treuer WM-Partner **44**

NEWS

6 INTERNET-SHOPPING NIMMT ZU / ZUSAMMENSPIEL VON TV UND ONLINE / ONLINE: FAST 70 PROZENT REICHWEITE / VERNETZTES SPONSORING EFFEKTIVER / PRODUCT PLACEMENT IM EINSATZ / WERBERAT STOPPT 69 KAMPAGNEN / PRINTWERBUNG WIRKT / GWA ERWARTET LEICHTE ERHOLUNG / STUDIE: DIGITALE NUTZERTYPEN / HANDY-ANWENDUNGEN IM LEH / INTERDISZIPLINÄRE DENKWERKBANK / WICHTIGSTE HANDELSGÜTER 2009

MEDIA & MARKE

12 INTERVIEW – Der OWM-Vorsitzende Uwe Becker über Leistungs-Transparenz in den neuen Medien und die Gefahr von Zensur

16 VERNETZT – Erfolgreiche Autowerbung am Beispiel Opel

22 CARGLASS – Ein Gespräch über das Marken-Selbstverständnis und Authentizität bis in die Markenbotschaft

26 NETZWERKE UND HERRSCHE – Für die Markenführung im digitalen Zeitalter liegen bisher kaum Konzepte vor

30 LEISTUNGSNACHWEIS – »rtv« belegt Kraft eines klassischen Mediums durch hohen Return-on-Investment

32 DEUTSCHE TELEKOM – Ein integrierter Konzern denkt in integrierten Konzepten

MARKENFÜHRUNG

34 SPONSORING-STUDIE – Anhaltende Konsolidierung im Markt des Sponsorings

37 SEAT – Zufriedener Sponsor der Uefa Europa League

40 FUSSBALL-MUSEEN – Hochsaison für Ball-Salons

44 COCA-COLA – Seit den 1970ern Partner der FIFA und auch in diesem Jahr wieder als Sponsor der Fußball-WM dabei

46 UNTERNEHMENS PORTRAIT – Dornröschen Holmenkol wurde wachgeküsst und wächst schneller, besser, weiter...

50	3 FRAGEN AN... Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft
51	SÜSSWAREN-/KNABBERMARKT – Fußball-WM lässt Hoffnungen wachsen und Werbeausgaben steigen
52	SPORTMARKETING – Für eine erfolgreiche Partnerschaft müssen Verein und Unternehmen zusammen funktionieren
54	MERCHANDISING – Markenrechtliche Hintergründe beim Verkauf von Fanartikel zur Fußball-WM
56	MARKENPORTRÄT – Ostfriesische Tee Gesellschaft setzt auf Handelsmarken und Marken
60	100 JAHRE REEMTSMA – Mit starken Pferden an den Start
66	SERIE FREIZEIT UND TOURISMUS – Das Resort Fleesensee feiert zehnten Geburtstag
70	EDDING – Mit »Funtastics« den Kindermarkt erschließen
72	G-E-M MARKENDIALOG – Zukunftsfähige Markenführung
78	NAMENSWECHSEL – Plötzlicher Wechsel entkräftet die Marke
HANDEL	
80	LIEFERANTENMANAGEMENT – Mit klaren Strategien gewinnen
RECHT	
82	MARKENANMELDUNGEN – Stotternder Motor
84	RECHT: News
SERVICE	
KURZMELDUNGEN / MEDIENSCHAU / PEOPLE / EVENTS	
91	VORSCHAU / IMPRESSUM



46 Marke wachgeküsst: Holmenkol



60 100 Jahre Reemtsma



70 Edding: Fokus Kindermarkt