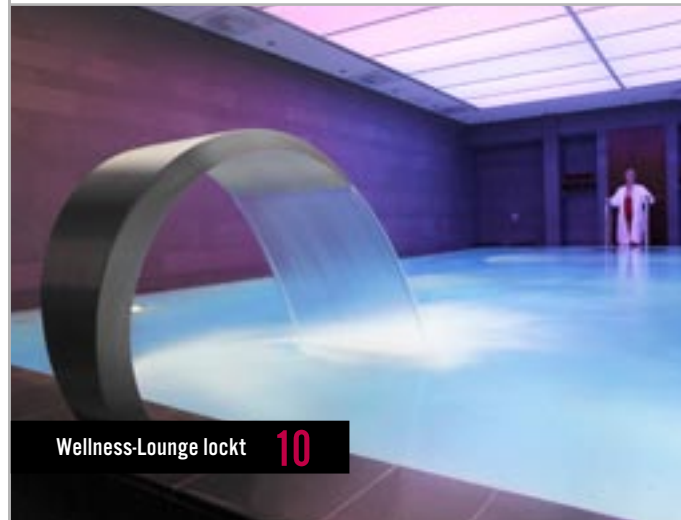


# INHALT



Wellness-Lounge lockt **10**



Süßigkeiten genießen ohne Reue **24**



Ein Ziel, keine Gruppe: Senioren **30**

## 6 NEWS

LÖSLICHER KAFFEE IM TREND / GESUNDES BIER / ELEFANT FÜR DEICHMANN / MOBILE GAMING BOOMT / ROSEN TOP / ONLINESHOPPING / DITTMAYER BLEIBTT AMERIKANER / SKEPTISCHE MARKENARTIKLER / WASCHMITTEL VOR GERICHT / WERBEENTWICKLUNG DER DISCOUNTER

## 10 TITELTHEMA GESUND LEBEN

VON DER MUCKI-BUDE ZUR WELLNEE-LOUNGE – Der Markt mit Waren und Dienstleistungen rund um Wellness boomt auch in Krisenzeiten – Eine Bestandsaufnahme

**13** DREI FRAGEN – Dr. Gerald Thalheim, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft

**18** PRO + CONTRA – Funktionelle Lebensmittel in der Diskussion

**20** WELLNESS BOOMT AUCH BEI PRINTMEDIEN – Mit immer spitzeren Zeitschriftenkonzepten buhlen die Verlage um neue Leser

**23** TÖPFCHEN UND TIEGELCHEN – Antiageing-Pflege sorgt für stabile Umsätze in einem schrumpfenden Markt

**24** FETT IST NETT... – Wie die Nahrungsmittelindustrie mit kalorien- und kohlehydratreduzierten Produkten den Kampf gegen Übergewicht führt

**26** DIE JUNGGEBLIEBENEN – Wie das »SZ«-Streiflicht die ewig Jungen aufgreift

**28** JUNGBRUNNEN URLAUB – Gesundheitsurlaub tut der Seele gut

**29** REZEPTFREI GESUND – Trend zur Selbstmedikation lässt die Kassen klingeln

## 30 MARKENFÜHRUNG

SENIOREN SIND EIN ZIEL ABER KEINE GRUPPE – Klaus Hattemer über die Schwierigkeiten von Seniorenmarketing und deren Definition

**34** WACHGEKÜSSE – Schwarzkopf Professional relaucht seine Salonmarke Silhouette

**38** GRENZENLOS WERBEN – Die mobile Generation im Visier des Mobile Marketing

**40** GUTE NOTEN FÜR MARKENFÜHRUNG – TNS-Umfrage zum Thema »Markenführung aus Konsumentensicht«

**43** VIELE WEGE ZUM ERFOLG – Fünf Thesen zum Markentransfer

**46** SYMPHONIEORCHESTER ANSTATT BLOCKFLÖTE – Ein Plädoyer für kreativere Marktforschung

**48** NEUAUSRICHTUNG DES DENKENS – Prof. Helmut Sihler im GEM-Kamingespräch über Identifikation und Instinkt als Manager-Tugenden

**50** EIN SECHSECK VERKNÜPFTER ZIELE – Leitfaden für Markenbewertungsverfahren – 2. Teil

## 54 HANDEL

MARKEN-MANAGER MACHEN MOBIL – Wie Markenoutlets manchen Marken auf die Sprünge helfen

**58** LEBENSMITTELEINZELHANDEL – Konzentrationsentwicklung hält an

## 59 RECHT

BUENAS DIAS, ALICANTE – Erster »Deutscher Tag« beim Harmonisierungsamt in Spanien

**60** VERKAUFVERLOSUNG – Werbegag zwischen Gewinnspiel und Sonderangebot

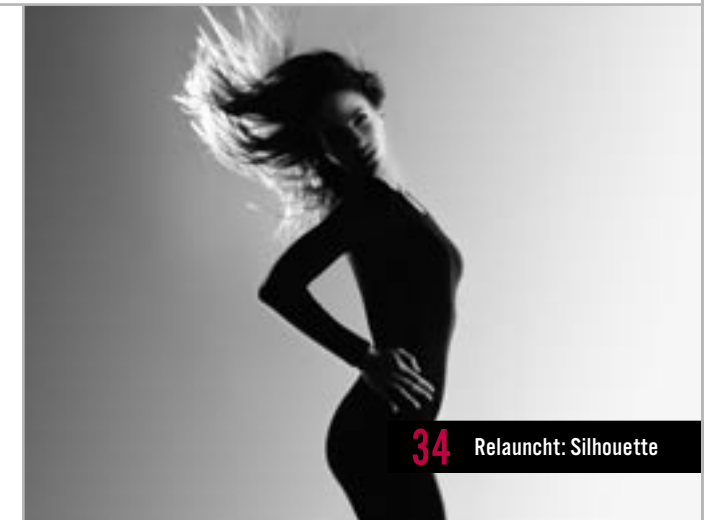
**62** WIE DIE EU MARKEN VERNICHTET – ZAW beklagt sinnlose Regelwut der EU

## 64 SERVICE

HATTEMERS EX LIBRIS: Die gute alte Werbeabteilung beherrschte die »integrierte Kommunikation  
MEDIENSCHAU ZUM THEMA: Edeka schluckt Spar und Netto  
NEU IM MARKENVERBAND / PEOPLE

## 76 EVENTS

Markenverband eröffnet Hauptstadtrepräsentanz / Deutscher Werbekongress / GEM Kamingespräch / Goldene Feder / Radio Day



**34** Relaunch: Silhouette



**48** Kamingespräch mit Prof. Sihler



**54** Markenoutlets im Trend