



Ulrich Khuon: Theater als Marke **32**



Albert und Arthur Darboven im Gespräch **56**



Coppeneur und überraschende Schokovarianten **60**

6 NEWS

ZIGARETTENMARKT / PARK AVENUE / REAL KUNDENMAGAZIN / AMPEL-MÄNNCHEN / ONLINE-SHOPPING / H&M-DESIGNKLEIDUNG / TEURE NÜSSE / DISCOUNT BOOMT / HANDY-ABSATZ / LEGO-VERGNÜGUNGSPARKS / FLEISSIGE ERFINDER

10 TITELTHEMA WERT DER MARKE

- 12 AKTUELLE OMG-STUDIE ZUR MARKENTREUE
- 17 LANGFRISTVERGLEICH DER VA ÜBER MARKENTREUE UND -BEWUSSTSEIN
- 32 ULRICH KHUON, INTENDANT THALIA-THEATER IM INTERVIEW
- 36 IMAGE DER AUTOMARKEN - STUDIE DER UNI MÜNSTER
- 42 SEBSTIAN TURNER ÜBER DEUTSCHLAND ALS MARKE
- 47 3 FRAGEN AN KARTELLAMTSCHIEF DR. ULF BÖGE
- 48 NEUE DISTRIBUTIONSLÖSUNGEN FÜR MARKENARTIKEL

52 MARKENFÜHRUNG

- PRIVATBRAUEREI USTERSBACHER ALS ERFOLGSMODELL
- 56 ALBERT UND ARTHUR E. DARBOVEN ÜBER DIE SYMBIOSE AUS COMIC UND MARKE
 - 60 COPPENEUR ÜBERRASCHT MIT UNGEWOHNTE SCHOKO-VARIANTEN
 - 66 VELTINS SETZT AUF SCHALKE
 - 69 AROSA AUF DEM WEG ZUR WELLNESS-MARKE
 - 72 STORE WARS ODER DER WERTGETRIEBENE ÖKO-LIFESTYLE
 - 76 DAS MARKENBEWERTUNGSMODELL VON AC NIELSEN
 - 81 KUNDENORIENTIERTE LOGISTIK AM BEISPIEL MCDONALD'S
 - 84 »AUTO BILD« AUF DEM WEG ZUR WELTMARKE
 - 89 CHINA - GLOBALES MARKETING AM LIMIT

95	ALPRO SOJA SETZT AUF GLAUBWÜRDIGKEIT
99	EINFLUSS SENSORISCHE MERKMALE AUF KAUFENTSCHEIDUNGEN
101	HAMBURGER DIALOG: PROFILIERTE EINIGKEIT
104	DEUTSCHER TRENDTAG ÜBER SCHWARM-INTELLIGENZ
108	KONSUMENTEN ALS KONZEPTGESTALTER
110	KULTURELLE EINFLÜSSE BEI CORPORATE BRANDS
114	PRODUCT PLACEMENT - VIEL LÄRM UM NICHTS
118	WERBEBAROMETER: DISCOUNTER WEITER AUF DEM VORMARSCH
119	WERBEKLIMA TRÜBT SICH EIN
120	HANDEL
	MIELE MACHT MÄRKTE MOBIL - DR. REINHARD ZINKANN ÜBER DIE STRATEGIE FÜR DIE ZUKUNFT
124	INSTOREMEDIEN: TROJANISCHE PFERDE AM POINT-OF-SALE?
127	GFK-BEHAVIORSCAN UND SEINE MÖGLICHKEITEN
133	DEM FUNKCHIP GEHÖRT DIE ZUKUNFT
126	RECHT
	WANN SIND WERBESLOGANS SCHUTZFÄHIG
139	DIE FIFA UND DIE WM-MARKENRECHTE
141	SERVICE
	HATTEMERS EX LIBRIS: EINE HERZ UND EINE KASSE - DIE MACHT DES VERBRAUCHERS / NEU IM MARKENVERBAND / MEDIENSCHAU: MUSS DIE MEHRWERTSTEUER STEIGEN? / PEOPLE
147	EVENTS
	JAHRBUCH DER WERBUNG / DR. OETKER - YOUNG BUSINESS FACTORY / BVM KONGRESS / TV MOVIE AWARD / 10. DEUTSCHER TRENDTAG
	<small>Beilagenhinweis: In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage der PAVIS e.G., Prinzenweg 6a, 82319 Starnberg, www.pavis.de. Wir bitten um Beachtung.</small>



84 »Auto Bild« auf dem Weg zur Weltmarke



95 Alpro Soja und die Glaubwürdigkeit



120 Miele macht Märkte mobil