

# INHALT

6



Marke: Immer eine gute Wahl **14**



Werbung: Mündige Verbraucher **28**



Danone: Neue Impulse im Joghurtmarkt **40**

## 8 NEWS

### JAHRESTAGUNG MARKENVERBAND

- 14** FRANZ-PETER FALKE, MARKENVERBAND – Marken brauchen Freiheit
- 16** INTERVIEW – Rainer Brüderle, FDP, warnt vor Tugendwächerei
- 20** ANGEMESSENE REGULIERUNG – Cem Özdemir, Die Grünen, im Interview
- 24** APPELL – Jürgen Leibe, Mondelez, will unternehmerischen Freiraum
- 26** 3 FRAGEN AN – Dr. Simone Bagel-Trah, Vorsitzende des Gesellschaftsausschusses und des Aufsichtsrats bei Henkel

### MARKENFÜHRUNG

- 28** WERBEPOLITIK – ZAW-Präsident Andreas F. Schubert wirbt für mehr Selbstbestimmung und den Schulterschluss mit dem Markenverband
- 32** MARKENLIEBE – Was für ihre Entstehung entscheidend ist
- 36** LEISTUNG ZÄHLT – Marken als wichtige Ordnungsfaktoren im Markt
- 40** MARKENPORTRÄT – Danone setzt auf den Dialog mit Verbrauchern
- 46** DECODIERUNG – Wie Kunden Marken wahrnehmen
- 50** MENSCH & MACHER – »Marketing-Papst« Prof. Heribert Meffert
- 52** CONTENT MARKETING – Relevanz und Authentizität sind wichtig
- 56** NACHHALTIGKEIT – Was man bei der Kommunikation beachten muss
- 60** MYSPORTWORLD – CSR-Maßnahmen erlebbar machen
- 62** WELEDA – Anthroposophische Naturkosmetik aus Überzeugung
- 66** WANDEL – Social Media ändert Beziehung zwischen Mensch & Marke
- 70** CUSTOMER TOUCHPOINTS – Kundenkontaktpunkte richtig bespielen
- 74** 125 JAHRE BAYER – Mit der gestärkten Dachmarke in die Zukunft
- 82** MARKEN-TURNAROUND – Wie das Comeback gelingen kann

|     |  |
|-----|--|
| 86  | MARKETING – Ein Appell für den Werbekanal Radio                      |
| 88  | BIERSERIE – Weltenburg, die älteste Klosterbrauerei der Welt         |
| 90  | MARKENPERSÖNLICHKEIT – Differenzierung für Personenmarken            |
| 94  | ZIPPO – Der Feuerzeughersteller plant den Schritt in neue Kategorien |
| 98  | MARKENSTÄRKE – Indikatoren, um Probleme frühzeitig zu erkennen       |
| 100 | ONLINE-SPIELE – Reale Marken in die virtuelle Welt bringen           |
| 104 | SHARE OF LIFE – Erfolgreiche Marken bauen soziale Beziehungen auf    |
| 106 | LAMBERTZ – Dr. Hermann Bühlbecker setzt auf Content Marketing        |

**HANDEL**

|     |   |
|-----|---|
| 110 | ONLINE-HANDEL – Erfolgreich in allen Vertriebskanälen       |
| 112 | MOBILE – Informations- und Kaufprozesse werden komplexer    |
| 114 | KONSUMVERHALTEN – Stationärer Handel muss Erlebnisse bieten |

**RECHT**

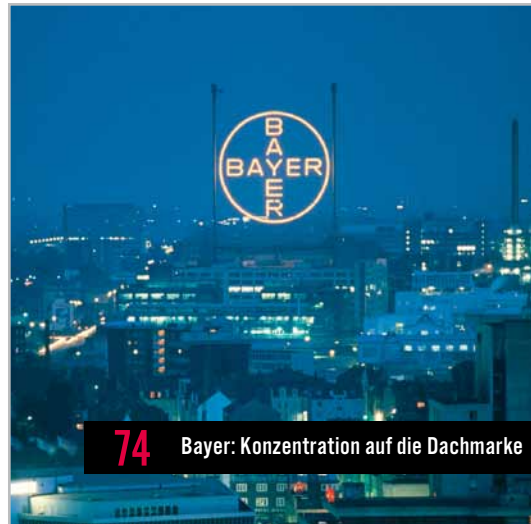
|     |   |
|-----|---|
| 117 | NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen                    |
| 118 | MARKENSCHUTZ – EU-Markenmeldungen auf hohem Niveau        |
| 122 | EUROPA – EU-Kommission will Markenschutz einfacher machen |

**SERVICE**

|     |                              |
|-----|------------------------------|
| 127 | KURZMELDUNGEN, KÖPFE, EVENTS |
| 131 | VORSCHAU / IMPRESSUM         |

In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage von IPSOS.  
Wir bitten um Beachtung.

Täglich Marken-News auf unserer Website  
[www.markenartikel-magazine.de](http://www.markenartikel-magazine.de)



**74** Bayer: Konzentration auf die Dachmarke



**114** Konsum: Online und Offline verknüpfen



**118** Ranking: Top EU-Markenmelder