

# INHALT



Marktforschung: Trend zur Marke **12**



VKE-Treff: Starke Marken sichern Zukunft **30**



Hotel Adlon: Auferstanden **36**

<b>NEWS</b>	
<b>6</b>	UMWELTSCHUTZ IN EUROPA / EDEKA DARF PLUS ÜBERNEHMEN / HANDYS ERSETZEN FESTNETZ / VERSANDHANDELSUMSATZ STEIGT / PROVINZ PUNKTET BEI DER REICHWEITE / ÖSTERREICHS WERTVOLLSTE MARKEN / KAMPF GEGEN PRODUKTPIRATERIE / WENIGER FALSCHGELD
<b>MARKTFORSCHUNG</b>	
<b>12</b>	ATEMPAUSE – Der Kauf von Markenartikeln lohnt sich wieder, meinen laut aktueller AWA zunehmend mehr Verbraucher
<b>16</b>	UNTER DRUCK – Die Mitte der Gesellschaft gerät unter Druck. Folge: Neue Formen von Status und Statussymbolen zählen
<b>20</b>	EMOTIONEN – Marken müssen die Verbraucher emotional ansprechen, aber die Botschaften dürfen nicht austauschbar sein
<b>22</b>	WERBEWIRKUNG – Wirkt meine Werbung? Antwort auf diese Frage bietet der Pretest
<b>24</b>	AUSSCHÖPFUNG – Immer höhere Verweigerungsquoten erschweren die Ausschöpfung von Stichproben / BVM sucht Lösungen
<b>28</b>	3 FRAGEN ... an Prof. Dr. Klaus Wübberhorst, Vorstandsvorsitzender der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), zur Konzentration bei den Marktforschungsunternehmen
<b>MARKENFÜHRUNG</b>	
<b>30</b>	VKE-TREFF – Mit starken Marken in die Zukunft
<b>34</b>	WERBEBAROMETER – Werbung stagniert
<b>36</b>	SERIE FREIZEIT UND TOURISMUS – Auferstanden aus Ruinen / Das Hotel Adlon in Berlin
<b>40</b>	PRODUKTPIRATERIE – Chinas Verbraucher lieben das Original, sofern sie es von der Fälschung unterscheiden können
<b>44</b>	INTERVIEW – Waltraut von Mengden, Geschäftsführerin MVG, über die Gründe, mit der Zeitschrift »Maxim« in den deutschen Männermarkt einzusteigen

<b>48</b>	ARBEITSKLIMA – Ein gutes Arbeitsklima zahlt sich für das Unternehmen aus
<b>51</b>	MARKENVERBAND – Meinung machen für Marken beim ersten Aktionstag der politischen Kommunikation in Berlin
<b>52</b>	CORPORATE IDENTITY – Marken sinnlich wahrnehmen
<b>56</b>	ÖFFENTLICHKEITSARBEIT – Teurer Spaß: Keine Kommunikation
<b>HANDEL</b>	
<b>60</b>	DIEBSTAHL – Milliarden-Schäden durch Langfinger
<b>62</b>	CRM – Kundenbindung im Fokus
<b>RECHT</b>	
<b>64</b>	FILMPIRATERIE – Kampf um Urheberrechte
<b>66</b>	RAUBKOPIEN – GfV kämpft aktiv gegen Raubkopierer von Filmen
<b>68</b>	SMD NEWS
<b>SERVICE</b>	
<b>69</b>	KURZMELDUNGEN
<b>70</b>	HATTEMERS EX LIBRIS – Mehr Vertrauen in Umfragen
<b>71</b>	PEOPLE
<b>72</b>	MEDIENSCHAU – Edeka übernimmt Plus
<b>73</b>	EVENTS – 13. M.E.C.H. Academy / Mailingtage / Ehrendoktorwürde für Prof. Richard Köhler/ Weischer Sommerparty
<b>75</b>	VORSCHAU / IMPRESSUM
In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage von MAX CREATIVE. Wir bitten um Beachtung.	



**44** »Maxim« positioniert sich neu



**52** CI: Marken sinnlich wahrnehmen



**56** Teurer Spaß: Keine Kommunikation