

INHALT

4



OWM: Kommunikation in jeder Sekunde **14**



Wissenschaftspreis: Theorie und Praxis **80**



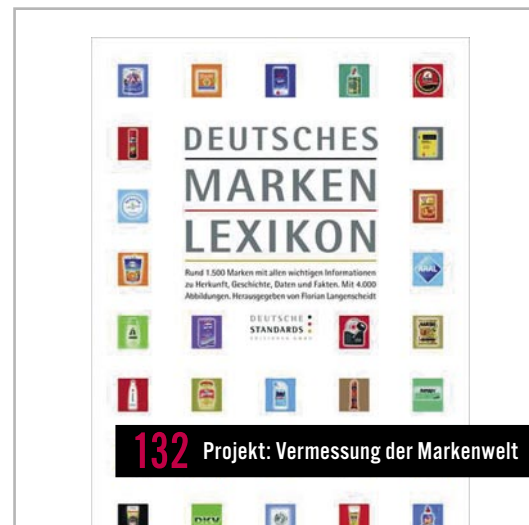
Nachhaltigkeit: Greenwashing vermeiden **102**

6	NEWS
	DER VERNETZTE KONSUMENT
14	JOACHIM SCHÜTZ, OWM – Aus Zielgruppenkontakten werden Fans
16	FRANZ-PETER FALKE, MV – Keine kommunikative Einbahnstraße
18	KEINE VERDRÄNGUNG – Uwe Becker, OWM, über Chancen im Web
24	GEZWITSCHER – Feedback aus dem Netz zur Optimierung nutzen
28	SOCIAL WEB – Konsumierende Rezipient wird aktiver Mitspieler
32	MEDIAMIX – Die richtige Balance finden
36	UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION – Twitttern, posten, bloggen
42	HOMO CONNECTUS – Marken müssen wie Menschen denken
46	MARKETING – Medienkanäle kombinieren
50	STRUKTUREN – Kunden und Agenturen organisieren sich neu
52	MEDIEN AM SCHEIDEWEG – Auf dem Sprung in die digitale Welt
56	DIE ZEIT – Print und Online befruchten einander
60	3 FRAGEN AN – Peter Schaar, BfDI
62	ZAW – EU-Vorgaben zum Datenschutz bei der Online-Werbung
66	Online-Werbung – Diskrepanzen bei Auslieferung und Anlieferung
68	AUSSENWERBUNG – Mobile Konsumenten erreichen
	MARKENFÜHRUNG
72	REGIONALE BIERMARKEN – Mönche brauen Andechser
76	NEUES WAGEN – Mit Innovationen beim Kunden punkten
80	WISSENSCHAFTSPREIS – Wissenschaft und Praxis vernetzen
84	MARKENBEZIEHUNGEN – Konsumenten langfristig binden
88	PORTFOLIO-WERBUNG – Einer für alle, alle für einen

92	VIBA SWEETS – Nougathersteller baut Erlebnisswelt
96	DOMALWITTOL – Saubere Sache aus Thüringen
100	THÜROS – Grillhersteller forciert Auslandsexpansion
102	NACHHALTIGKEIT – Das Buzzword mit Leben füllen
104	CSR-ENGAGEMENT – Langfristiges Commitment zahlt sich aus
108	WERTEWANDEL – Einseitiges Profitstreben bringt keinen Erfolg
114	SAP – Softwarehaus startet Image-Kampagne
118	REPUTATION – Auch der Ruf bestimmt den Wert
120	SPONSORING – Verbot bedroht Spitzen- und Breitensport
124	SMART&CO. – Mit Geschenkboxen Markt erobern
128	ORTHOMOL – Stringente Markenführung und Vertriebsstrategie
132	MARKENLEXIKON – Langenscheidt vermisst die Markenwelt
134	VERPACKUNGSDIALOG – Kleider machen Marken
136	VÖLKLINGER HÜTTE – Eine Industrieruine blüht auf
HANDEL	
140	VERKAUFSFÖRDERUNG – Aktionen im Handel genau planen
143	WERTSCHÖPFUNG – Hersteller als Händler, Händler als Hersteller
RECHT	
146	MARKENFORUM – Schutzrechte im Fokus
152	INTERNET – Verkaufsplattformen in der Pflicht?
157	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
158	SERVICE
166	VORSCHAU / IMPRESSUM



114 SAP: Starke Dienstleistungsmarke



132 Projekt: Vermessung der Markenwelt



146 MARKENFORUM: Schutz in Europa