



6 BILDER-SAMMLER

Wim Wenders gehört zu den herausragenden deutschen Filmemachern. Auch die Werbung hat davon profitiert. Der Star-Regisseur im Interview.

12 IDEEN-REICH

Varta-Geschäftsführer Dr. Dejan Ilic (r.) darf sich „Innovator des Jahres“ nennen. Tagesthemen-Moderatorin Anne Will überreichte den Preis.

18 CHICKEN-SPOTT

Ein nicht ganz anständiges Huhn ist der neue Werbestar in den USA. Für Burger King scheint die Rechnung aufzugehen.

WERT-URTEIL 20

Professor Horst W. Opaschowski erwartet für die Zukunft eine lange Phase des „Generationen-Friedens“.

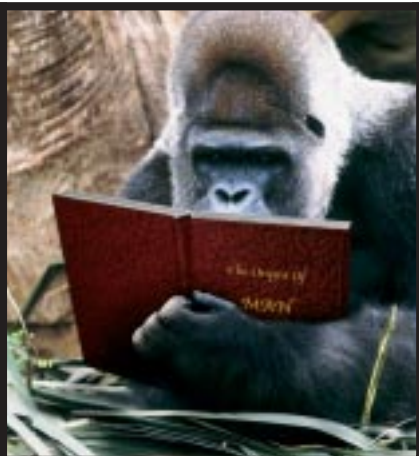
Marketing Leadership

Titel

- 6 Interview:** „Die Amerikaner haben als erste die Macht des Bildes entdeckt und diese kompromisslos eingesetzt.“ Wim Wenders im großen Interview über mächtige Marken, sinnvolle Werbung und amerikanische Mythen.
- 12 Im Focus „Marketing & Mittelstand“:** Die alte Batterie-Marke Varta ist heute nur noch ein leeres Label – bis auf die Varta Microbattery GmbH. Die absatzwirtschaft durchleuchtet die Strategie des hochinnovativen Spin-off-Unternehmens.
- 14 Schon gehört?** Sonnenkosmetik: Auch für Nivea wird es langsam heiß • „Nürnberger Bratwurst“ goes global • Motorola dehnt die Marke • H & M baut soziales Engagement aus
- 16 Planet Marketing:** Wie das Schweizer Familienunternehmen Henniez seine Marktführerschaft verteidigt.
- 18 Brief aus Amerika:** Burger King appelliert an einfachste Instinkte – im Internet.
- 20 Denker-Serie:** Prof. Dr. Horst W. Opaschowski über Sinnmärkte, die Ent-Ökonomisierung der Leistung und eine neue Solidarität zwischen den Generationen.

Marketing Wissen

- 22 Markenstrategie:** Vor 150 Jahren revolutionierte Charles Darwin die Biologie mit seinen Forschungen über die Evolution und die Divergenz als treibende Kräfte in der Natur. Aber auch fürs Marketing sind die Erkenntnisse wichtig.
- 28 Preissysteme:** Die Low-Cost-Airlines sind das Vorbild – je nach Nachfrage ändern sich die Preise stündlich. Nun will die Tourismusbranche dieses Rezept übernehmen. Dabei birgt ein solches Preissystem deutliche Risiken.
- 32 Einkauf und Vertrieb, Teil III:** Wer ganzheitliche Lösungen liefert, statt nur ein Produkt zu verkaufen, kann eine deutlich höhere Honorierung erzielen.
- 37 Charts & Checklists:** Smart Customization
- 40 Recht:** Beim Sammeln und Auswerten von Kundendaten sind strenge Regeln zu beachten.
- 42 Science Factory:** Wer zu einer Brand Community gehört, identifiziert sich mit der Marke. Richtig gemanagt, können solche Gemeinschaften erheblich zum Erfolg beitragen.
- 48 Science Factory News:** Gaswirtschaft • Messewesen • Consumer Electronics
- 49 Science Factory Online:** Das Potenzial von Instore-Medien wird oft unterschätzt.



22 NATUR-GEWALTEN

Darwin erkannte die Evolution als treibende Kraft der Natur ebenso wie die Divergenz. Beide spielen auch im Marketing eine Rolle.

32 PAKET-LÖSUNG

Wer nicht einfach Produkte verkauft, sondern seinen Kunden komplette Lösungen anbietet, kann seine Margen deutlich verbessern.

42 FAN-TREFFEN

Harley-Fahrer treffen sich regelmäßig. Für sie ist die Marke Kult. Eine Brand Community kann den Erfolg einer Marke steigern.

106 VORBILD OTTO

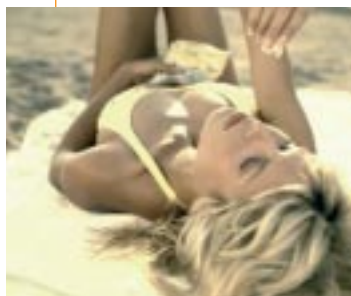
Otto Rehagel als Griechenlands Nationaltrainer hat's vorgemacht. Wer mit Leidenschaft arbeitet, hat auch Erfolg.

Marketing Business

- 90 **Media & Kommunikation:** Werbeschlacht der Discounter • steigende Kino-Umsätze in den USA • Zuschauer magnet Euro 2004
- 92 **Design:** Der Wettbewerbsvorsprung über den Preis ist ausgereizt. Langfristige Erfolge kann eine Differenzierung über Design schaffen.
- 98 **Marktforschung:** Die Marketingdienstleister durchlaufen ein Wechselbad der Gefühle. Sie brauchen erstklassige Nerven – und eine klare Positionierung.
- 100 **Best Practice:** Die Sektellerei Schloss Wachenheim hat den Spagat geschafft – die Vertriebskosten gesenkt und die Durchschlagskraft erhöht. Das Rezept: Ein externer Dienstleister ersetzt den eigenen Vertrieb.
- 102 **New Services:** Traffic durch Bundesliga-Tippspiel • Partnerprogramme • Auszeichnung für Fold-Display

Schwerpunkt

- 75 **One-to-one-Marketing:** Briefing S. 75 • Dialogmarketing – Markt S. 76 • Dialogmarketing – Trends S. 80 • Live-marketing S. 82 • E-Mail-Marketing S. 84 • Direktmarketing S. 88



Marketing Karriere

- 106 **Chance:** Mitarbeiter, die sich für ihr Unternehmen besonders engagieren und sich mit ihm identifizieren, sind nicht nur zufriedener. Eine Studie zeigt: Ihr Unternehmen ist auch erfolgreicher als andere.
- 116 **Change & Challenge:** Stephanie Büнау, Peter Kurz, Jens Meier-Ewert, Designdiscounter • Klaus Kleinfeld, Siemens • David Haines, Grohe Water Technology – Torsten Ahlers, AOL

Service & Standards

- 3 Editorial
- 104 absatzwirtschaft-Online
- 110 Bücher
- 112 Termine
- 120 Impressum
- 121 Inserentenverzeichnis
- 122 Rückblick

- 51 Deutscher Marketing-Verband
- 60 VDI-Technischer Vertrieb
- 62 Special 50 Jahre Marketing
- 118 Events



Professor Dr. Anton Meyer (l.) – im Gespräch mit Studenten – hatte zum 30. Münchener Marketing-Symposium geladen – und rund 500 Gäste kamen.

Community