

# Inhalt



12

**Im Interview:** Uwe Fröhlich, Präsident des Bundesverbandes der Volks- und Raiffeisenbanken, über ein besonderes Jahr



18

**Titelstory:** Unternehmen sollten Kunden einbinden ins Netz ihrer Social Marketer und die neue Marketing-IT dafür einbetten.



28

**Konsequenzen aus der Datenschutzgesetz-Novelle:** Die Neukundengewinnung ist erheblich schwieriger, aber möglich.



72

**Sozialheld mit Teamgeist:** Kommunikationswirt Raúl Krauthausen gründete einen gemeinnützigen Verein und feiert Erfolge.

## Global Marketing

### 06 NEWS

Interview: „Spartoo ist internationaler als Zalando“/Kommentar: Neue Quellen/Werbe-Ranking/VDI Vertriebstag

### 10 BRIEF AUS CHINA

Obwohl Porzellan im Reich der Mitte erfunden wurde, fehlt eine Luxusmarke, wundert sich Tom Ramoser.

### 11 CARTOON

Welche Zusammenschlüsse im „Internationalen Jahr der Genossenschaften“ denkbar sind, weiß Stephan Rürup.

### 12 INTERVIEW BVR-PRÄSIDENT FRÖHLICH

Die Genossenschaftsbanken verschreiben sich besonders dem Mittelstand, betont Verbandschef Uwe Fröhlich.

### 26 SERIE „DENKER UND LENKER“

Jim Stengel verwandelte Procter & Gamble als Marketingchef, bevor er als Missionar seine „Brand Ideals“ predigte.

## Marketing & Vertrieb

### 28 DATENSCHUTZNOVELLE

Im August endet eine wichtige Übergangsfrist. Was Unternehmen für eine saubere Datenbank tun müssen, steht hier.

### 34 KOMMENTAR

Der Rückwärts-Code liefert laut Malte W. Wilkes Erfolg durch eine wichtige Konsequenz: Kunde statt Produkt.

### 36 DATENPFLEGE

Wenn Daten zum Problem werden: Was nur tun mit den Datenbergen, die auch das Marketing anhäuft?

### 38 SPORTMARKETING

Fußball-EM und Olympia machen 2012 zu einem ereignisreichen Sportjahr. Werbungtreibende bereiten sich vor.

### 42 SERIE „NEUE BERUFE IM MARKETING“

Social Media Manager filtern Informationen für Unternehmen. Doch welche Erwartungen darf man an sie stellen?

### 44 MEDIENKOLUMNE

„Wer wird Millionär?“ wird zum 1000. Mal ausgestrahlt. Dieser und weitere TV-Erfolge liefern mehr Fragen als Gründe.

### 46 KREATION

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte: Welche visuellen Botschaften draussen beeindrucken, zeigen vier Entscheider.

## Schwerpunkt

### 52 AUSSENWERBUNG

Digitale Poster heizen den Abverkauf nicht nur am Point of Sale an. Lesen Sie hier, wie Passanten unterwegs einkaufen.

## Marketing Life

### 72 PORTRÄT

Innovative Projekte erwirtschaften soziale Gewinne. Das beweist Raúl Krauthausen mit seinen bereits prämierten Ideen.

### 76 EVENTS

12. Internationales Car-Symposium/Best Brands Awards/M-Days/Werbeartikelmesse PSI

### 82 KOLUMNE

Menschen lassen sich gern von Gefühlen leiten. Vince Ebert klärt auf, warum das so ist und wo sie herkommen.

## Standards

### 03 EDITORIAL

### 61 DEUTSCHER MARKETING-VERBAND

### 78 RESPONSE

### 80 IMPRESSUM

## Titelstory

### 18 MARKETING IT

Kundenbeziehungen lassen sich über die Kommunikationsinstrumente der sozialen Netzwerke verbessern. Damit der Ansatz nicht Stückwerk bleibt, hier ein Wegweiser für die richtige Strategie zur sinnvollen Verknüpfung.

## marketing-site.de

### ➤ Social Commerce

„Was außergewöhnlich gut funktioniert, sind Pop-up-Fan-Stores in Facebook“, sagt der europäische Social-Commerce-Guru Paul Marsden im Interview mit absatzwirtschaft-Experte Bernhard Steimel. Mehr erfahren Sie unter folgendem Link. ← [www.absatzwirtschaft.de/marsden](http://www.absatzwirtschaft.de/marsden)

### ➤ Emotional Boosting

Aus den Neuromarketing-Grundlagenforschungen sind inzwischen praktikable Anwendungen für die Retail-Praxis entstanden. Ein Problem dabei ist sicherlich, dass es noch keine allgemein anerkannte Definition von Neuromarketing gibt. Norbert Wittmann verrät aber die wichtigsten Erfolgshebel. ← [www.marketing-site.de/knowledge/emotionalboosting](http://www.marketing-site.de/knowledge/emotionalboosting)

### ➤ HTML 5

Wie stark die Durchdringung vom Begriff HTML 5, einem der derzeit wohl angesagtesten IT-Themen, vorangeschritten ist, spüren Softwarehäuser täglich. Was tatsächlich dahinter steckt, können Sie jetzt im Beitrag von Holger Bothmer und Florenz Helderemann lesen. ← [www.marketingit.de/bestpractice/html5](http://www.marketingit.de/bestpractice/html5)

### ➤ Neuer Werbeauftritt

Peix Pharma gestaltete den Werbeauftritt für Sanofi Spine neu. Warum das Mitbewerber überraschte, lesen Sie hier: ← [www.pharma-marketing.de/peix](http://www.pharma-marketing.de/peix)

