

# Inhaltsverzeichnis

**Vorwort** 9

## **Kapitel 1**

**Gründerzeit** 15

Wie alles begann 17

Köpfe des Erfolgs 23

## **Kapitel 2**

**Kollektionen & Konzept** 33

Kollektionskonzept oder wie bruno banani einen  
Markt machte 35

Imagefaktor Design = Imagefaktor bruno  
banani 44

Vertrieb mit Globalkolorit: bruno banani  
international 46

## **Kapitel 3**

**Markenauftritt & Multichannel-Kommunikation** 51

bruno banani darf alles, bruno banani macht alles –  
Markenkern, CI und Multichannel-Marketing 53

bruno banani im Netz – Image & extra  
Vertriebspower 66

bruno banani Special Agents: Handelsvertreter war  
gestern – wir brennen für die Marke 70

Unser Showroom in der Hauptstadt: BBBB –  
Bruno Banani Brandhouse Berlin 71

## **Kapitel 4**

### **Flächenkonzept und POS-Ideen 75**

Handel im Wandel – wie bruno banani am POS  
alles gab, um dem neuen Marktsegment Designer-  
Underwear Raum zu verschaffen 77

## **Kapitel 5**

### **Events 83**

- Plädoyer für das Spektakel – wie wir die Marke  
bruno banani erlebbar machen 85
- Nahaufnahmen erzeugen – vom spezifischen  
Markenkern 86
- 1995 Frozen Souls & Beating Hearts –  
Snowboarding in den Rocky Mountains 87
- 1996 Expedition ins legendäre Goldland Ophir –  
auf den Spuren der alten Ägypter 90
- 1997 Eco Challenge, Australien – Premiere für ein  
deutsches Team 93
- 1998 Bungee World Championship, Schweiz –  
im freien Fall im »Fallis« 95
- 1998 Space Test auf der russischen Raumstation  
MIR – Designer-Underwear zu Besuch bei  
E.T. 98
- 2000 Time Tunnel Test – unser Chronometer im  
Windkanal 103
- 2001 Pressure Proof am Bermuda-Dreieck –  
im Rausch der Tiefe 105
- 2001 On top of the world – bruno banani mit  
einem Bergprofi auf 8751 Metern 109

- 2002 Speed Proof – im Rausch der Geschwindigkeit 111
- 2003 Vote & Win – Gewinnspiel aus dem Weltall 116
- 2004 Design meets Culture – mit Miss Peru auf den Spuren der Inka 118
- 2005 Aktion Trash People – Zeichen gegen die Wegwerf-Mentalität 121
- 2006 Underwear im Crashtest – bruno banani verschönert Dummys den Job 126
- 2007 Land der Ideen – bruno banani ist »Ausgewählter Ort 2007« 128
- 2008 Peace Camp – Frieden ist machbar, Herr Nachbar 130
- 2009 Aktion Abwrackprämie – Unterwäsche kaufen, Konjunktur ankurbeln! 133
- 2010 Mars 500 – der rote Planet in perfekter Simulation 136
- 2012–2015: World Trike Tour – einmal um die ganze Welt 139

## **Kapitel 6**

### **Sponsoring 143**

- Gesucht: Menschen mit Herz, Hirn und Haken 145
- Heißt der jetzt wirklich so? – Rennrodler Bruno Banani powered by bruno banani 147
- Underwear goes Boxing: warum wir starke Männer im Ring lieben – Sponsoring Klitschko-Film und Arthur Abraham 153
- »Zwei Möpse, braune Haut, 1,80 m Höhe« – Karolina Kurkova in bruno banani 156
- Achim Joos – »Big bird« erobert mit uns den Himmel 157

Fast Cars – Hot Races! – Ralf Glatzel und sein  
Racingteam 161  
Im Wasser und auf der Radbahn – immer auf  
Medaillenkurs 162

## **Kapitel 7**

### **Propaganda** 165

Hard Facts & Emotionen für den Fachhandel –  
das B2B-Magazin *Propaganda* 167

## **Kapitel 8**

### **Lizenzen** 171

Expand your brand – Trendprodukte von  
bruno banani 173  
Die Düfte von bruno banani – ein Verkaufshit im  
Handel 176  
Mit dem Marktführer im Versandhandel auf  
Erfolgskurs 181

## **Kapitel 9**

### **Ausblick** 183

20 Jahre Faszination und Events –  
aber die bruno-banani-Show geht weiter 185