



12



38



44

## NEWS

- 6** Top-Patentmelder beim EPA  
DPMA: BMW bei Markenmeldungen vorn, Bosch bei Patentmeldungen  
Cookie-Banner nerven zwei Drittel der Nutzer  
Ausschließlicher Konsum von Eigenmarken sinkt  
Unternehmer fühlen sich durch Bürokratie eingeschränkt  
Siegel: Nachhaltigkeit kommunizieren  
Standort EU verliert für Industriebetriebe an Attraktivität  
Schlechte Noten für EU-Wirtschaftspolitik  
Kilians Markenlexikon

## ERLEBNISRAUM MARKENWELT

- 12** BRAUEREI WELTEN – Markenverantwortliche bei Alpirsbacher, Bitburger, Krombacher, Störtebeker und Warsteiner sagen, wie sie die Marken erlebbar machen
- 18** INSZENIERUNG – Was Unternehmen, die ein Brandland planen, beachten sollten
- 22** ERLEBNISMARKETING – Wie durch das Erleben mit allen Sinnen langanhaltende Werterfahrungen produziert werden
- 24** EMOTIONALITÄT – Markenverantwortliche von Ritter Sport, Viba, Dr. Oetker und Rotkäppchen-Mumm sagen, was eine Markenwelt erfolgreich macht

## MARKENFÜHRUNG

- 28** LUXUSMARKEN I – Was genau macht Luxusmarken so einzigartig? Wie ist es in Zeiten multipler Krisen um den Erfolg bestellt?
- 32** LUXUSMARKEN II – Die Luxusbranche erfreut sich stabiler Zahlen, gerade auch im Bereich der teuren Uhren. Doch was ist das Geheimnis dahinter?
- 34** LUXUSMARKEN III – Die Hersteller von Luxusuhren sprechen aktuell vor allem Männer an. Aber sie sollten auch Frauen stärker in den Fokus rücken



28

Fotos: freshbits.de/photographie, Dmitri Gromov/AdobeStock, Frank Schroth | fotografie, Jens Oellersmann, Diamant Zucker

- 38** EUROPAWAHL I – Die CSU-Abgeordnete Prof. Dr. Angelika Niebler über ihre Ideen und Pläne für Europa
- 42** EUROPAWAHL II – Der Grünen-Abgeordnete Dr. Sergey Lagodinsky über seine Ideen und Pläne für Europa
- 44** DIAMANT ZUCKER – Die Zuckermarke Diamant will den Nachhaltigkeitsgedanken sichtbar machen, neue Zielgruppen gewinnen und die Marke für die Zukunft aufstellen
- 48** PURPOSE – Entwicklungsprozess in fünf Schritten: Aufschlüsseln, Ausformulieren, Ausrichten, Aufklären und Ausbreiten
- 51** LESSONS LEARNED – Celebrities in der Werbung
- 52** MARKENFÜHRUNG – Erfolgsfaktoren im Produkt- und Portfoliomanagement
- 56** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Irene Bertschek, EFI
- 58** BRÜCKENBAU MARKE – Wie werden eigene Social-Media-Kanäle zu wichtigen Markenkantaktpunkte?
- 60** G-E-M AWARD – Auszeichnung für Tobias Bachmüller und Bastian Fassin von Katjes Fassin
- 62** DURCHSTARTEN – Das Start-up Airpaq stellt Rucksäcke und Accessoires aus Abfallprodukten der Automobilindustrie her

## HANDEL

- 66** NON-FOOD-DISCOUNTER – Markenhersteller müssen reagieren, um ihre Relevanz und ihren Erfolg zu sichern

## RECHT

- 70** WERBUNG MIT PROMIS – Es gibt es eine Reihe rechtlicher Fallstricke – für das werbetreibende Unternehmen, aber auch für das Testimonial

## SERVICE

- 72** PERSONEN
- 74** EVENTS – G-E-M Markendialog und G-E-M Award
- 75** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf  
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf  
LinkedIn



markenartikel mobil  
als App