



12



30



46

NEWS

- 6** Werbemarkt bleibt schwierig
Telekom erstmals wertvollste Marke Europas
Umsatzstärkste Familienunternehmen der Welt
Mehr Investitionen in Nachhaltigkeit
Zahl der in der EU beschlagnahmten Fälschungen steigt
»Die Zukunft is(s)t pflanzlich!«
Weltweit Pessimismus unter CEOs
Nachhaltige Transformation der Wirtschaft kommt voran
Kilians Markenlexikon

ZIELGRUPPEN KENNEN

- 12** KONSUM IN KRISENZEITEN – Wie wirken sich Krisen auf das Einkaufsverhalten aus? Sind Shopper offen für Innovation?
- 16** VERHALTEN – Marktforscher bei Bonsai, GfK, GIM, Interrogare sowie K&A Brand Research über Verbraucher zwischen Inflationssorgen und Nachhaltigkeitsstreben
- 20** UNSICHERHEIT STEIGT – Auf welche Gegebenheiten sich Markenhersteller einstellen müssen
- 24** QUALITÄT VOR QUANTITÄT – Beiersdorf und Griesson – de Beukelaer geben Einblicke, welche Trends die Unternehmen aktuell bei ihren Kunden beobachten
- 26** NACHHALTIGKEIT – Warum Unternehmen prüfen müssen, welchen Stellenwert das Thema bekommen sollte

MARKENFÜHRUNG

- 30** MEDIAPLANUNG I – Worauf müssen sich Marketers 2023 einstellen? Welche Entwicklungen prägen das Marketing? Und wie kann die Künstliche Intelligenz bei der Planung helfen?
- 33** MEDIAPLANUNG II – Wie sie die Konsumenten mit ihren Botschaften erreichen wollen, verraten Marketingverantwortlichen bei Anheuser-Busch InBev, Coca-Cola, Gerolsteiner, Orthomol, Unilever und Weleda

62



Fotos: baobabartzeinstock.atobee.com, Katrin Wimmer, Olivier Le Moal - fotolia, Thomas Henry

- 38** MEDIAPLANUNG III – Welche Entwicklungen die Werbebranche voranbringen, berichten Top-Manager der Mediaagenturen Crossmedia, GroupM, JOM Group und Publicis
- 42** MEDIAPLANUNG IV – (Multi-)Sensorik als effektives Kommunikationsmittel in Zeiten zunehmender Werbereaktivität
- 46** THOMAS HENRY – Die Mixer aus Berlin wollen ihre Position im In- und Ausland weiter festigen und haben viel vor
- 50** BAD PYRMONTER – Wie es der Wassermarke gelingt, kontinuierlich zu wachsen
- 54** BRAND SLAM – Audio verbindet Menschen und Marken
- 56** BRÜCKENBAU MARKE – Erfolgsfaktoren von Underdogs
- 58** MUSIK – Im Marketing werden Hiphop-Elemente immer präsenter. Doch wie können Marken diese Merkmale nutzen?
- 61** TOP OF MIND – Die am besten erinnerten Marken 2022
- 62** DURCHSTARTEN – Das Start-up Planet A Foods will unter der Marke Nocoa kakaofreie Schokolade etablieren
- 64** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Armin Falk, Institut für Verhaltensökonomik und Ungleichheit (briq)

HANDEL

- 66** WANDEL – Der stationäre Handel muss die Digitalisierung nutzen, um Marketingaktivitäten zielgruppenspezifischer auszurichten und den POS erlebnisreicher zu machen

RECHT

- 69** DMA UND DSA – Was die Verordnungen über Digitale Dienste und Digitale Märkte für Markeninhaber bedeuten

SERVICE

- 72** PERSONEN
- 74** LESETIPPS
- 75** VORSCHAU / IMPRESSUM

 Täglich News auf markenartikel-magazin.de
 Folgen Sie uns auf LinkedIn
  markenartikel mobil als App