



12



38



46

NEWS

- 6** Vertrauen in 'Made in Germany'
Geschäftsführerwechsel bei der OWM
Patente, Marken & Co. zahlen sich aus
Trust Barometer: Unternehmen sind vertrauenswürdig
Drei Mal Gold beim 'Spot des Jahres'
Markenvertrauen: Traditionsmarken reüssieren
Werbewahrnehmung in sozialen Medien
HCM-Kreativ-Ranking: The Female Company vorn
Kilians Markenlexikon

MARKEN IN DER REGION

- 12** BIER – Die Chefs der Brauereien Alpirsbacher, Aying, Barre, Distelhäuser und Meckatzer sagen, wie sie auf die Corona-Krise reagiert haben und welche Rolle Regionalität spielt
- 18** MINERALBRUNNEN – Markenverantwortliche bei den Brunnenbetrieben Brohler, Haaner, Rhodius, RhönSprudel und Winkels sprechen über Verantwortung und gelebte Werte
- 24** MARKETING – Wohin geht die Reise beim Local-based-Marketing? Wie gelingt es, Nähe zum Verbraucher zu schaffen?

MARKENFÜHRUNG

- 26** BEST BRANDS I – Florian Haller, Serviceplan, und Michael Müller, GfK, sagen, warum Corona ein Trendbeschleuniger ist
- 30** BEST BRANDS II – Bosch-Power Tools-CEO Henk Becker sagt, wieso Verwenderorientierung den Unterschied macht
- 32** BEST BRANDS III – Samsung-Marketingchef Mike Henkelmann sagt, wie die Marke den neuen Alltag besser macht
- 34** BEST BRANDS IV – Wie Alnatura einen Beitrag zur Gesundheit und zum Wohlbefinden leistet
- 38** TEUTOBURGER ÖLMÜHLE – Die Fokussierung auf Bio- und Premium-Produkte zahlt sich für den Speiseölproduzenten aus

Fotos: Daniel Ernst / Fotolia, Best Brands, Teutoburger Ölmühle, Getz/Wrage

- 42** POSITIONIERUNG – Verantwortung, Engagement und Relevanz sind wichtig, aber Differenzierung ist wichtiger
- 44** MEDIAPLANUNG – Veränderte Schwerpunkte und weniger Beständigkeit in der Planung sind das neue Normal
- 46** PETER PANE – Mit einem Bringdienst trotz der Burger-Kette der Corona-Krise und arbeitet an weiteren neuen Konzepten
- 50** 3 FRAGEN AN – Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT)
- 52** KUNDEN-AGENTUR-BEZIEHUNG – Nicole Henninger, Nestlé, sagt, wie man die Zusammenarbeit verbessern kann
- 54** ZWISCHEN DOMINANZ UND IRRELEVANZ – Werden bald wenige globale Marken alles beherrschen?

HANDEL

- 56** ONLINE-HANDEL – Der Aufbau einer Händlermarke kann im E-Commerce zu einer geringeren Preissensibilität führen
- 59** KNOW-HOW – Chep Promotion Analytics soll dabei helfen, Kampagnen besser zu planen und mehr Abverkauf zu erzielen

RECHT

- 60** ABMAHNUNGEN – Das Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs soll den Abmahnmissbrauch eindämmen

SERVICE

- 65** PERSONEN
- 66** LESETIPPS
- 67** VORSCHAU / IMPRESSUM



26

Täglich News auf
markenartikel-magazin.deFolgen Sie uns unter
@markenartiklermarkenartikel mobil
als App