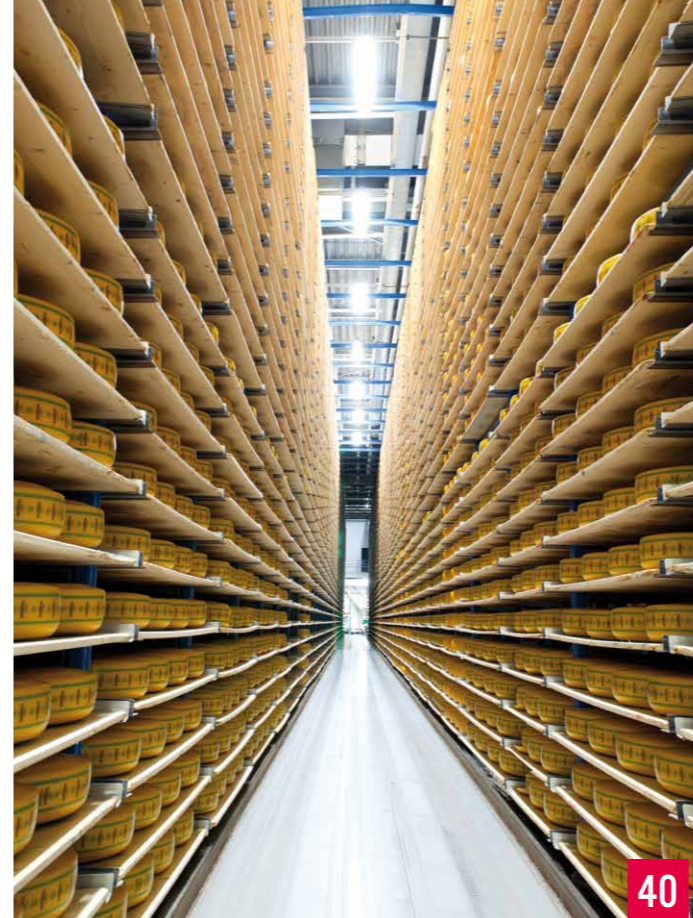




12



40



44

NEWS

- 6** Marktforscher unter Druck
Werbungtreibende kürzen ihre Marketingbudgets
Corona verstärkt Nutzung digitaler Kanäle
Werte: Verbraucher setzen auf Bewährtes
Prosumer zwischen Werten und Wert
Markenpiraterie: Zoll sichert Fakes im Wert von 225 Millionen Euro
Nachhaltigkeit: Große Markenhersteller verlieren an Boden
Corona-Krise stärkt die Bindung an den Arbeitgeber

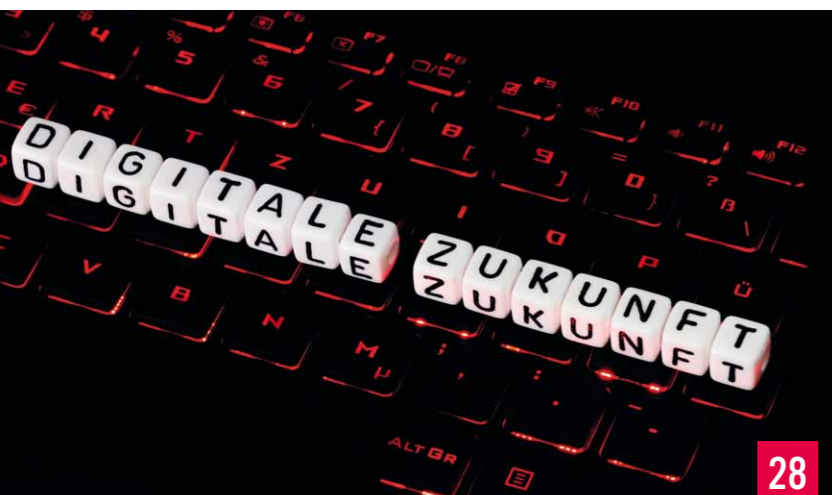
MARKTFORSCHUNG: DURCH DIE KRISE

- 12** POSITIONIERUNG – Nachhaltigkeit und Gesundheit gewinnen für die Konsumenten in Zeiten von Corona an Relevanz
16 WANDEL – Entscheider bei Barclaycard, BMW, Haribo, Kneipp und Otto über veränderte Kundenbedürfnisse
22 ARBEITSMARKT – Wie ist die Stimmung von Mitarbeitern in Zeiten von Corona? Was bedeutet das für Unternehmen?
25 MARKEN – Die Angst vor der Angst prägt die Erwartungen an die Kommunikation in Zeiten von Corona

MARKENFÜHRUNG

- 28** DIGITALMARKETING I – Markenverantwortliche sagen, wie eine authentische Kooperation mit Influencern gelingt
33 DIGITALMARKETING II – Influencer müssen Markengeschichten erzählen, die kompatibel sind und auch bleiben
36 DIGITALMARKETING III – Wie es gelingt, das Influencer Marketing in die Kommunikationsstrategie einzubinden
40 BEL – Der Käsehersteller will eine treibende Kraft auf dem Weg zu einer verbesserten Ernährung sein

Fotos: jakub jirisk - Fotolia; blender11photo - stock.adobe.com; Etimmos - stock.adobe.com



28

- 44** INNOVATION ECOSYSTEMS – Innovationspotenziale bei vergleichsweise überschaubarem Investitionsvolumen nutzen
48 PACKAGING – Wieso in der Verpackungsindustrie eine Rückkehr zur heimischen Fertigung diskutiert wird
50 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Andreas Suchanek, HHL Graduate School of Management in Leipzig
52 SILODENKEN – Wer künftig handlungsfähig sein will, muss dafür heute die Weichen stellen
54 KUNDENBEZIEHUNG – Auch im Geschäftskundensegment honorieren die Partner die Extraportion Empathie

RECHT

- 58** SOCIAL MEDIA – Regeln für die werbliche Kennzeichnung auf Instagram, YouTube & Co.

HANDEL

- 60** VERTRIEB – Wie das Start-up Go to Emma Hersteller mit den Einkäufern und den Verantwortlichen am POS vernetzt

SERVICE

- 62** PERSONEN
64 NACHRUF – Dr. Klaus Hattemer
66 LESETIPPS
67 VORSCHAU / IMPRESSUM

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