



12



34



48

## NEWS

- 6** OTC-Marken verbessern Image  
Umsatz mit Prestigekosmetik steigt leicht, Erholung erwartet  
Investitionen ins Metaverse haben sich mehr als verdoppelt  
Wertvollste Marken Deutschlands  
Dämpfer für die digitale Transformation  
Markenpiraterie: Jüngere kaufen vermehrt gefälschte Produkte  
Nachhaltigkeit als relevanter Faktor für Markenvertrauen  
Kilians Markenlexikon

## HEALTHCARE: GESUNDES BRANDING

- 12** SELF CARE – Welche Auswirkungen das Selbstmanagement der Gesundheit auf die Markenführung hat, erklären Markenverantwortliche bei Kneipp und Weleda
- 16** HEALTHCARE BRANDING – Gesundheit ist heute ein Lifestyle-Thema. Marken, die dieses Verständnis in ihr Branding übersetzen, gewinnen an Kraft
- 20** MUNDEPFLEGE – Markenverantwortliche bei Colgate-Palmolive, GSK, Happybrush und Tepe sagen, wie sie beim Thema Innovation Akzente setzen
- 24** ZUNEHMENDER WETTBEWERB – Welche Anforderungen haben Apotheken an die Hersteller von OTC-Arzneimitteln?
- 27** DIABETES – Abbott setzt auf Patientenaufklärung
- 28** MARKENWERT – Gesundheitsmarken mit Nachholbedarf bei der Evaluierung
- 30** DESIGN YOUR LIFE – Das Thema der digital-analogen Vernetzung wird immer wichtiger für Werbung und Markenführung – vor allem im Bereich Wellness und Wellbeing

Fotos: pickup-stock.adobe.com, Thomas Raftalyk, Feel Good Coffee, Ferrero

Wenn wir bei ebm-papst einmal vom Weg abkommen, dann

Fortsetzung folgt  
in Kürze!

#wasdann #seigespannt

Wenn wir bei ebm-papst einmal vom Weg abkommen, dann mit voller Absicht.

Mutig voranschreiten, manchmal auch abseits der Norm – das gehört zu unseren Prinzipien. Auf diese Weise begegnen wir Herausforderungen selbstbewusst und schaffen die Voraussetzungen für Fortschritt weltweit.

#mutigvoranschreiten #inspirierendzusammenarbeiten #engineeringabetterlife

ebmpapst

ebmpapst

40

## MARKENFÜHRUNG

- 34** FEEL GOOD COFFEE – Das Start-up will mit Kaffee in industriell kompostierbaren Kapseln den Markt nachhaltiger machen
- 38** SUSTAINABILITY BEAUTY PACT – VKE-Vizepräsidentin Isabel Neudeck, L'Oréal, sagt, wie sich die Beauty-Branche gemeinsam positionieren und engagieren will
- 40** CHANGE BY BRAND – Wie EBM-Papst den Change meistert
- 43** TOP-OF-MIND – Diese Marken werden am besten erinnert
- 44** IMPACT – Warum ein kreativer Innovationsprozess rund um Prototypes, Pilot und Production für den Erfolg wichtig ist
- 48** MARKETING – Crossmedia-Reichweite, Sichtbarkeitsmessung, AdFraud, Cookies & Co.: Diese Herausforderungen des Werbemarktes will der OWM-Vorstand angehen
- 54** 3 FRAGEN AN – Benjamin Strasser, BMJ
- 56** BRAND SLAM – Was sind eigentlich Narrative?
- 58** B2B-KOMMUNIKATION – Gamification bietet viel Potenzial
- 62** BRÜCKENBAU MARKE – Ist Augmented Reality nur ein Gimmick oder eine für die Markenführung wertvolle Technologie?

## HANDEL

- 64** GS1 BILDSTANDARD – Die digitale Inszenierung von Produkten als Erfolgsfaktor im Omnichannel

## RECHT

- 66** VERTRIEB – Die überarbeitete Vertikal-GVO schafft Handlungsspielräume und klarere Leitlinien für Liefer- und Vertriebsvereinbarungen

## SERVICE

- 70** PERSONEN
- 72** LESETIPPS
- 73** EVENTS – Red Dot Award / German Brand Award
- 74** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf LinkedIn



markenartikel mobil als App