



12



38



48

NEWS

- 6** Beauty-Branche wirbt um Kunden
Kinder beeinflussen die Kaufentscheidung
Lieblingswerbung: Haribo überzeugt
Deutsche zieht es wieder verstärkt in die Innenstädte
Lebensmitteleinkauf immer digitaler
Zwölf Bundesligisten unter den 50 wertvollsten Fußballmarken
Podcasts lösen unterschiedliche Emotionen aus
Deutschlands Marken-Champions 2021
Kilians Markenlexikon

KOSMETIK IN DER DIGITALEN WELT

- 12** INTERVIEW – Markus Grefer und Martin Ruppman, beide VKE-Kosmetikverband, über die Zukunft der Beauty-Branche
- 16** GITTI NAGELLACK – Wie die Gründerin der Marke die Kosmetikwelt revolutionieren will
- 20** TIKTOK – Warum das Musikvideoportal und die Selektivkosmetikbranche gut zusammenpassen
- 24** ZUKUNFTSFÄHIGKEIT – Die Bereitschaft für steten Wandel und die Konzentration auf das Wesentliche sind wichtig
- 28** INFLUENCER – Charlotte Schüler sagt, wie Kosmetikerhersteller ihren ökologischen Fußabdruck verringern können
- 30** INNOVATION – Babor-Chef Michael Schummert erklärt, wie die Beauty-Branche digital durchstarten möchte
- 32** ANANNÉ – Aus dem Elfenbeinturm in die Praxis
- 36** 3 FRAGEN AN – Michael Theurer, FDP-Bundestagsfraktion

MARKENFÜHRUNG

- 38** MARKEN IM PHARMAMARKT I – Wie gelingt die Markenpositionierung im OTC-Markt? Verantwortliche bei GSK, Heel, Johnson & Johnson, Merz und Ursapharm verraten ihre Strategien

Fotos: Sylla Productions - stock.adobe.com, Porsche, manuvision-stock.adobe.com, Boxine

- 44** MARKEN IM PHARMAMARKT II – Wie die Digitalisierung zum Katalysator im Arzneimittelmarkt wird
- 46** MARKEN IM PHARMAMARKT III – Digitale Kanäle haben im Gesundheitsmarketing einen Schub erfahren
- 48** TONIEBOX – Wie der Düsseldorfer Boxine GmbH mit ihrem Audiosystem ein Hit in den Kinderzimmern gelungen ist
- 52** LUXUSMARKEN – Wieso es wichtig ist, das Außergewöhnliche immer wieder zu hinterfragen und neu zu erfinden
- 55** PROGRAMMATIC-DIGITAL-OUT-OF-HOME – Den Marketingwerkzeugkasten erweitern
- 56** BRAND-POP-UP-STORES – Neuen und bereits vorhandenen Kunden besondere Markenerlebnisse bieten
- 60** BRÜCKENBAU MARKE – Upcycling als Markenansatz
- 62** PODCASTS – Christina Sailer, Microsoft, über die Balance zwischen Information und Unterhaltung
- 64** REAL TRIFFT HYBRID – Wie sich Marken auf den Neustart von Erlebnissen vorbereiten sollten

RECHT

- 66** HÖRMARKEN – Der markenrechtlichen Schutzzfähigkeit von Alltagsgeräuschen sind enge Grenzen gesetzt

HANDEL

- 69** LIVE-SHOPPING – Mehr Nähe, echter Dialog von Mensch zu Mensch sowie neue Wachstumschancen

SERVICE

- 71** LESETIPPS
- 72** PERSONEN
- 74** WISSENSCHAFT & MARKE – Unternehmen und die Erwartungen der Gesellschaft an Corporate Social Responsibility
- 83** VORSCHAU / IMPRESSUM



56

Täglich News auf
markenartikel-magazin.deFolgen Sie uns auf
LinkedInmarkenartikel mobil
als App