



12



24



38

NEWS

- 6** Retail Media boomt
Deutschland im weltweiten Innovationsranking auf Platz 8
Die Wachstumstreiber erfolgreicher Unternehmen
Franz-Olaf Kallerhoff neuer Präsident des Markenverbandes, Franz-Peter Falke ist Ehrenpräsident
Mehr Familienfreundlichkeit, weniger Fluktuation
KI kann Marketingeffektivität steigern
KI made in Germany genießt großes Vertrauen
Patentanmeldungen im Bereich 3D-Druck steigen
Kilians Markenlexikon

TRENDTHEMA RETAIL MEDIA

- 12** GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN – OWM und Accenture haben den Status quo des deutschen Marktes aus Sicht der Werbetreibenden ermittelt und geben exklusive Einblicke
- 16** WEICHENSTELLUNG – OWM-Vorstand Uwe Storch sagt, welche Hausaufgaben noch gemacht werden müssen – und kündigt einen Code of Conduct für Retail Media an
- 18** AKTIVIERUNGSKANAL AM POS – Florian Bluhm (Cewe) und Andrea Stemmermann (Savencia) sprechen über ihre Pläne und ihre Erwartungen für die Zukunft der Gattung
- 20** RETAIL MEDIA NETWORKS – Sabine Jünger (Otto) und Patricia Grundmann (Obi) über die Zusammenarbeit mit Marken

MARKENFÜHRUNG

- 24** EMPLOYER BRANDING I – Wie gelingt es, Mitarbeiter zu finden? Für welche Werte steht die Employer Brand? Personalverantwortliche bei Melitta, Miele und Kärcher geben Einblick
- 28** EMPLOYER BRANDING II – In Zeiten des Fachkräftemangels ist Employer Branding von zentraler Bedeutung, um Mitarbeitende zu gewinnen. Wie ist der Umsetzungsstand?
- 31** EMPLOYER BRANDING III – Damit Unternehmen die Generation Z erreichen, müssen sie deren Bedürfnisse kennen

Fotos: zapizphoto-AdobeStock, happybrush, Dirk-Adobe Stock, Achim Frank-Schmidt

- 34** EMPLOYER BRANDING IV – Wie lässt sich Employer Branding im Kommunikationsmix einbinden?
- 36** 3 FRAGEN AN – Recruiting-Expertin Laura Bornmann
- 38** PAULANER – Bei der Paulaner-Brauerei-Gruppe stehen der globale Markenaufbau, der Ausbau des alkoholfreien Portfolios und die breitere Distribution des Hellen im Fokus
- 42** RESISTENZ – Rezessionen stellen in gesättigten Märkten eine große Herausforderung dar, vor allem für kleinere Marken. Aber es gibt Vorreiter, die den Krisen trotzen
- 46** FÜHRUNG – Wieso es wichtig ist, dass Marken innovativ die Zukunft gestalten und Utopien Wirklichkeit werden lassen
- 48** MEDIAPLANUNG – Wie Marken mit verantwortungsvoller Mediaplanung einen Unterschied machen können
- 52** BRÜCKENBAU MARKE – Die Rolle von Online-Video-Reviews
- 54** DURCHSTARTEN – Happybrush will Oral-Care-Technologie mit Nachhaltigkeit und sozialer Mission verbinden
- 56** FAST INNOVATION – Schnelle, zielgerichtete Innovationen sind der Schlüssel, um Visionen umzusetzen
- 60** MEHR CSR, WENIGER WERBUNG – Wie stark leidet die Marke unter Massenentlassungen? Wie sollen Marketer in diesen Zeiten Kommunikationsmaßnahmen planen?

HANDEL

- 63** KUNDENSERVICE – Self-Services werden zunehmend genutzt, der Handel muss seine Servicekanäle hinterfragen

RECHT

- 66** ERSCHÖPFUNGSGRUNDSATZ – Über das Markenrecht ist es möglich, Ware unbekannter Herkunft aus der EU zu halten

SERVICE

- 69** LESETIPPS
- 70** PERSONEN
- 72** EVENTS – Jahrestagung des Markenverbandes
- 74** VORSCHAU / IMPRESSUM



54

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