



12



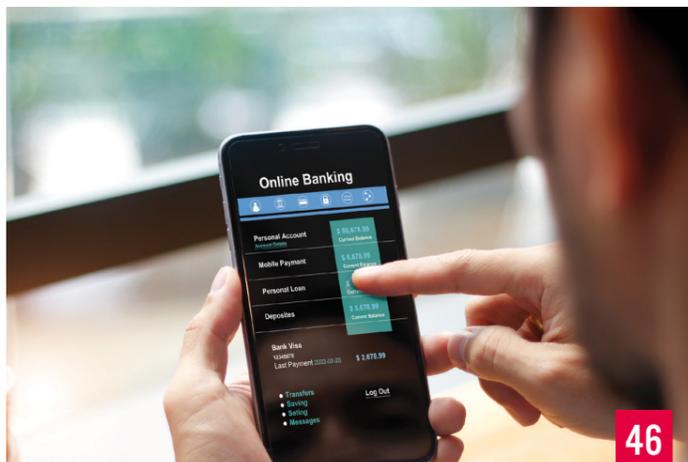
58



74

NEWS

- 6** Die Unsicherheit steigt
Werbung in bewegten Zeiten
Zahlungsbereitschaft für nachhaltige Produkte sinkt
Gutes Gehalt, Sicherheit und Flexibilität gefragt
Global Innovation Index 2022: Deutschland rückt auf Platz 8 vor
Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit in der Pflicht
Neue Richtlinien zur Optimierung von Media-Pitches
Wunsch nach personalisierter Kommunikation
Kilians Markenlexikon



46

MARKETING TRANSFORMIEREN

- 12** SUSANNE KUNZ, OWM – Werbebranche muss kritisch hinterfragen, ob Kommunikation beim Konsumenten ankommt
- 14** FRANZ-PETER FALKE, MARKENVERBAND – Freiheit der Kommunikation muss gewährleistet sein
- 16** INTERVIEW – Susanne Kunz, OWM, sagt, was die wichtigsten Schritte sind, damit Werbung auch künftig noch relevant ist
- 20** MARKETING – Was macht Kommunikation aus? Welche Rolle kommt der Werbebranche zu? Diese und weitere Fragen beantworten Werbetreibende aus verschiedenen Branchen
- 28** HERAUSFORDERUNG – Wie kann Werbung ihre Zielgruppen erreichen? Verantwortliche bei Kantar, We Are Era, Welect und Ferrero geben Antworten
- 32** WERBUNG FÜR DIE WERBUNG – Mehr Mut, bitte!
- 36** NACHHALTIGKEIT – Werbebranche als Treiber
- 40** ZUKUNFT – Das Spannungsfeld aus Kreation, Kreditibilität und Kommerzialisierung muss aufgelöst werden
- 42** STRATEGIE – Stoppen, Neuorientierung oder Weiter so?
- 44** KOMMUNIKATION – Ein Gespräch mit Ressourcenmangel-Chef Benjamin Minack über den Zustand der Werbung

Fotos: To Lightfile-AdobeStock, lipoplar-stock.adobe.com, Lorenz.profit_image-stock.adobe.com

MARKENFÜHRUNG

- 46** FINANZMARKEN I – Markenverantwortliche von Deutsche Bank, DSGVO und ING sagen, wo sie die größten Veränderungen sehen und wie sie darauf reagieren
- 50** FINANZMARKEN II – Bedürfnisse der Kunden im Blick haben
- 52** FINANZMARKEN III – Einblick in das Geschäft der Neobank N26
- 54** FINANZMARKEN IV – Klassische Banken müssen sich neu positionieren, wenn sie in Zukunft noch relevant sein wollen
- 58** SPROUT WORLD – Das dänische Unternehmen verkauft Stifte und Make-up-Produkte, aus denen Pflanzen werden, und will damit das Umdenken in der Wirtschaft vorantreiben
- 62** DURCHSTARTEN – Programmatic Advertising im Metaverse
- 66** BRAND SLAM – Markenführung in der Polykrise
- 68** CONTENT-PRODUKTION – Marken mieten sich zunehmend bei externen Dienstleistern wie den Vogelsänger Studios ein und haben dabei klare Anforderungen
- 72** BRÜCKENBAU MARKE – Wein von einer Eishockey-Ikone
- 74** VERÄNDERTER KONSUM – Markenverantwortliche bei Beam Suntory und Viba Sweets über krisenbedingte Herausforderungen und die allgemeine Verunsicherung

RECHT

- 76** 3 FRAGEN AN – Dr. Andreas Schwab, MdEP, über die Bedeutung des Digital Markets Act und die Sicherung des freien Wettbewerbs durch klare Marktregeln

SERVICE

- 78** PERSONEN
- 80** EVENTS – Jahrestagung Markenverband
- 82** LESETIPPS
- 83** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf
LinkedIn



markenartikel mobil
als App