



12



26



30

NEWS

- 6** Potenzial bei Nachhaltigkeit
Werbung in Podcasts wird akzeptiert
Unternehmen verbessern die Customer Experience
Social Shopping nimmt weiter Fahrt auf
Deutsche Werbewirtschaft wächst 2021 um fünf Prozent
Corona führt zu Digitalisierungsschub
Wie CMOs ihre Marken für die Zukunft aufstellen
Beliebte Medienangebote während der Corona-Pandemie
Kilians Markenlexikon

MARKEN ZUKUNFTSFÄHIG MACHEN

- 12** AUFBRUCH 2022 – Dirk Schmidinger (Samsonite), Yvonne Wutzler (Cosnova) und Martina Hacker (KPM)
- 16** AUFBRUCH 2022 – Prof. Hermann Bühlbecker (Lambertz), Florian Gmeiner (Lego) und Oliver Kleine (Leonardo)
- 19** AUFBRUCH 2022 – Jörg Lindemann (Hailo), Markus Engler (Costa) und Martin Esslinger (Ortlieb)
- 22** AUFBRUCH 2022 – Jolanda Schwirtz (Nestlé), Philipp von Jagow (Schwartauer Werke), Anke Boy (Speick) und Britta Schumacher (Pfeifer & Langen)

MARKENFÜHRUNG

- 26** WIE WERTE MARKEN STARK MACHEN – Ein Leitsystem für eine wertorientierte Markenführung wird immer wichtiger
- 30** WALTER BEHN – Der Spirituosenhersteller hat sich mit Produkten wie Kleiner Feigling, Danzka Vodka, Dooley's und Küstennebel breit aufgestellt
- 34** 3 FRAGEN AN – Tim Leberecht, Business Romantic Society
- 36** PAYOT – Die französische Pflegemarke soll fit für die Zukunft gemacht werden. Clean Beauty, Digitalisierung und einzigartige Genussmomente sind zentrale Stichworte

Fotos: Bobboz stock.adobe.com, Payot, xxx stock.adobe.com, Walter Behn

- 40** DIE GEWINNUNG DES ÖFFENTLICHEN VERTRAUENS – Ein fiktives Interview mit dem früheren 'markenartikel'-Herausgeber Dr. Hans Lutz über Hans Domizlaff und Markentechnik
- 44** BRÜCKENBAU MARKE – Kann Handmade heute noch ein sinnvoller Markenansatz sein?
- 46** BRAND SLAM – Wie der Einsatz von KI im Marketing mehr Zeit für strategische Markenführung ermöglicht
- 48** FÜHRUNGSKOMPETENZ – Der Ökonom Prof. Dr. Thomas Straubhaar über Leadership in disruptiven Zeiten
- 52** FORUM LUXUS.MARKE.LEBENSSTIL – Wie die Luxusindustrie auf die Corona-Pandemie reagiert hat
- 54** REEMTSMA – Der Tabakhersteller sucht Wege, um seine Marken in Zeiten von Werbeverböten weiter aktiv zu führen

RECHT

- 58** ONLINE-MARKETING – Eine effektive Vertragsgestaltung kann helfen, sich besser gegen Ad Fraud zu schützen und sich auch in puncto Brand Safety besser aufzustellen

SERVICE

- 61** LESETIPPS / PERSONEN / EVENTS
- 62** PERSONEN
- 64** EVENTS – Duftstars 2021 / OWM Summit
- 67** VORSCHAU / IMPRESSUM



36

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