



12



54



66

NEWS

- 6** Telekom ist wertvollste Marke
Marketingverantwortliche investieren in Branding
Generative KI im Marketing-Realitätscheck
Medienkonsum sinkt leicht
Das sind die attraktivsten Arbeitgeber der Welt
Vielfalt macht stark
Innovationsindikator: Deutschland auf Rang 12
Transformationsfortschritt nur ausreichend
Kilians Markenlexikon

MARKE SORGT FÜR MEHRWERT

- 12** FRANZ-OLAF KALLERHOFF, MARKENVERBAND – Marken bieten Mehrwert und sind Treiber des Wandels
- 14** MEHRWERT MARKE – Welchen Beitrag können Marken leisten, damit die Transformation der Wirtschaft gelingt? Und welche Rahmenbedingungen brauchen sie dafür? Markenverantwortliche bei Almdudler, Beiersdorf, Edding, Gardena, Hochland, Importhaus Wilms, Mestemacher, Pick, Rotkäppchen-Mumm und Underberg beziehen Stellung
- 26** TRANSFORMATION – McDonald's-Chef Mario Federico erläutert, wie Marken ihrer Leuchtturmfunktion gerecht werden
- 28** INKLUSION – Was Marken für die Gesellschaft leisten können, darüber sprachen wir mit Ana von Hutten von Mattel
- 30** KÜNSTLICHE INTELLIGENZ – Wie KI zu einer Umgestaltung der genetischen Grundstruktur der Unternehmen führt
- 36** VIELFALT – Verena Bentele, VdK Deutschland, über die Herausforderungen der Arbeitswelt der Zukunft
- 38** BRÜCKEN BAUEN – Wie Marken zu Wegbereitern einer inklusiven Gesellschaft werden
- 42** DIVERSITY – Astrid Teckentrup (P&G) und Patrick Kammerer (Markenverband) über Vielfalt als Faktor für unternehmerischen Erfolg

Fotos: iStock-AdobeStock, Benjamin-AdobeStock, Nespresso, hakimhan - stock.adobe.com



42

- 46** VERTRAUEN – Unternehmen brauchen wieder gute und zuverlässige Rahmenbedingungen – und weniger Bürokratie
- 50** POSITIVES VORURTEIL – Prof. Dr. Arnd Zschiesche sagt, wie die Transformation zurück zu den Wurzeln gelingen kann

MARKENFÜHRUNG

- 54** NESPRESSO – Die Kaffeemarke strebt nach Perfektion und will hierzulande ihren Marktanteil ausbauen
- 58** SCHWARTAUER WERKE – Der CEO und die Marketingchefin sprechen über steten Wandel und künftige Herausforderungen
- 62** SCIENCE FICTION – Die Zukunft gehört denen, die den Mut haben, sie sich anders vorzustellen
- 66** WANDEL – Trend- und Zukunftsforscher erläutern, wie Marken mit Veränderungen umgehen können
- 72** BRÜCKENBAU MARKE – Luxusmarkendesign by KI
- 74** DURCHSTARTEN – Das Start-up Boomerang stellt Mehrwegverpackungen für die Intralogistik und den Online-Handel her
- 78** KULTUR-MARKEN-WERTE-PARADIGMA – Ein integrierter Ansatz für die Ausgestaltung von Kultur- und Markenwerten
- 82** NARRATIVE – Transformation richtig erzählen

- 84** LESSONS LEARNED – Oh du schöne Weihnachtswerbezeit?

HANDEL

- 86** CONSIDERATION SET – Markenartikler müssen ihre Top-of-Mind-Positionen besser nutzen und sich klar positionieren

RECHT

- 90** 3 FRAGEN AN – Eva Schewior, Präsidentin des DPMA
- 92** INNOVATION – Grüne Markenmeldungen machen den Beitrag von Marken zur Transformation nachvollziehbarer

SERVICE

- 96** PERSONEN
- 98** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf
LinkedIn



markenartikel mobil
als App