

The best way to predict
the future
is to create it



12



28



38

NEWS

- 6** Mehr Patente, weniger Marken
Bürokratie, Rohstoffpreise und Fachkräftemangel lähmen KMU
Darauf achten deutsche High Potentials bei der Arbeitgeberwahl
Marken sollen Verantwortung übernehmen
Bedeutung von Influencern im E-Commerce steigt
Unternehmen planen Verlagerung von Arbeitsplätzen
Mehrheit der Marketingentscheider nutzt TikTok nicht
Stereotype Männerbilder in der Werbung schaden Marken
Kilians Markenlexikon

AUSBLICK: WAS ERWARTET MARKEN?

- 12** HERAUSFORDERUNGEN STEIGEN – Im Spannungsverhältnis von KI, Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Polarisierung sind neue Kompetenzen gefordert
- 16** WENIGER BÜROKRATIE, MEHR FREIRAUM – Markenverantwortliche bei Brita, Bugatti, Deutsche See, Lambertz, L'Oréal, Smeg und Teekanne sagen, was sie für 2025 erwarten
- 26** WETTBEWERBSFÄHIGKEIT UND SICHERHEIT – Veränderungen in der Politik bedeuten Veränderungen in der Wirtschaft

MARKENFÜHRUNG

- 28** EMPLOYER BRANDING I – Welche Entwicklungen prägen aktuell das Employer Branding? Und welche Trends werden 2025 dominieren?
- 30** EMPLOYER BRANDING II – Wie sie ihr Employer Branding zukunftsfähig machen, erläutern Markenverantwortliche bei BarmeniaGothaer, Beam Suntory, Börlind und Kärcher
- 35** EMPLOYER BRANDING III – Unternehmen müssen ihre DEI-Kommunikation mit Bedacht gestalten
- 38** KÜNSTLICHE INTELLIGENZ – KI hat im Marketing noch weit weniger Einzug gehalten, als viele vermuten

Fotos: Ju_see - stock.adobe.com, Kaspars Grinvalds-AdobeStock, Dirk-Adobe Stock, Antony Weerut-AdobeStock



50

- 42** KUNDEN ERNST NEHMEN – Vertrauen ist ein wesentlicher Faktor für die Akzeptanz von Künstlicher Intelligenz in der Kommunikation. Deshalb ist Transparenz wichtig
- 46** BIG PICTURE – Die Anforderungen an die Kommunikatoren in Unternehmen steigen. Die Gefahr, zur Werbeabteilung abgestempelt zu werden, ist hoch
- 48** DURCHSTARTEN – Das Start-up Gipedo entwickelt Softwarelösungen für den Profisport
- 50** NACHHALTIGKEIT – Inwiefern sind die Menschen bereit, für umweltfreundliche Produkte mehr zu zahlen?
- 53** LESSONS LEARNED – Wieso Radio als Kommunikationskanal immer wieder unterschätzt wird
- 54** 500. JUBILÄUM – Wie Auerbachs Keller in Leipzig zu einer der Adressen bürgerlicher Geselligkeitskultur wurde
- 58** BRÜCKENBAU MARKE – Inwieweit beeinflusst die Platzierung des Preises die Preiswahrnehmung und das Kaufverhalten?
- 60** BRAND SLAM – Was man von erfolgreichen Marken lernen und was man nicht kopieren kann

RECHT

- 62** REGULIERUNG – Ob Datenschutz, KI oder die europäische Wettbewerbsfähigkeit – die Regulierungsintensität steigt. Marken müssen viele Themen auf der Agenda haben

- 66** 3 FRAGEN AN – EuG-Vizepräsident Dr. Savvas S. Papasavvas

HANDEL

- 68** IMMERSIVE ERLEBNISSE – Spatial Commerce wird den E-Commerce prägen. Im Metaversum können Menschen als Avatare in 3D-Welten interagieren und Marken neu erleben

SERVICE

- 70** PERSONEN
- 72** EVENTS – OWM Summit und Advertisers' Night
- 74** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf
LinkedIn



markenartikel mobil
als App