



12



68



80

NEWS

- 6** Marken sind Vertrauensanker
Global Innovation Index 2025: Deutschland nicht mehr unter den Top-10-Ländern
Deutsche Werbung braucht mehr Emotion und Mut
Start-up-Brand-Ranking 2025: KoRo erneut auf Platz 1
ZAW initiiert Verhaltenskodex für verantwortungsvolle Datennutzung
Mediennutzung: Fernsehen verliert, Streaming wächst
KI: Vertrauen, Nutzung und Sorgen im Generationenvergleich
Gegengewicht zu Plattform-Giganten: OWM fordert Stärkung des Open Web
Kilians Markenlexikon

AUFBRUCH: MARKEN MACHEN MUT

- 12** FRANZ-OLAF KALLERHOFF, MARKENVERBAND – Wie Marken Mut machen und den Wandel gestalten
- 14** VERANTWORTUNG – Markenverantwortliche bei Tinti, Wertform, Veltins, Schwabe Pharma, Aquarömer und Haleon über den Mut zur Transformation
- 22** INTERVIEW – Franz-Olaf Kallerhoff über EU-Regulierungen, Lieferbeschränkungen und Markenschutz
- 24** PETER KÖLLN – Tradition bewahren, Zukunft gestalten
- 28** DIGITALISIERUNG ERMÖGLICHEN – Manager von Beiersdorf und Kärcher sagen, was es für den Wandel braucht
- 32** TELEKOM – Wie man Mitarbeitende beim Thema KI mitnimmt
- 34** KI – Markenpositionierung im Zeitalter Künstlicher Intelligenz
- 38** DIGITALSTANDORT DEUTSCHLAND – Woran es hapert und wie es gelingen kann, den Anschluss doch noch zu schaffen
- 40** CO-INTELLIGENZ – Augmented Intelligence eröffnet Chancen
- 44** L'ORÉAL – Warum man auch Misserfolge feiern sollte
- 47** MARKE DEUTSCHLAND – 'Made in Germany' unter Druck
- 50** COCA-COLA – Globale Marke mit lokaler Verankerung

Foto: Dragun-AdobeStock; Parade-AdobeStock; Hosta; EPPGroup



28

- 52** VERTRAUENSANKER – Marken bieten Orientierung & Stabilität
- 55** MUT – Marken in Zeiten von KI, Krisen & Kommunikationsflut
- 58** VERLÄSSLICHKEIT – Die entscheidende Markenressource
- 60** ZUKUNFT – Marken dürfen sich nicht auf Erfolgen ausruhen
- 64** HERAUSFORDERUNGEN – Vom Vorreiter zum Sorgenkind
- 66** AUFBRUCH – Zurück zu Innovation und Wettbewerbsfähigkeit

MARKENFÜHRUNG

- 68** NIPPON, MR. TOM, ROMY – Hosta verbindet Respekt vor der Herkunft mit frischen Marketingimpulsen
- 72** BRÜCKENBAU MARKE – Größe zählt, aber unterschiedlich
- 74** WISSENSCHAFT TRIFFT PRAXIS – Prof. Dr. Carsten Baumgarth, HWR Berlin, über sein Projekt Brückenbau Marke
- 77** DYNAMIK – Markenmanagement in der Servicetransformation
- 80** STIMMEN AUS EUROPA – Sabine Verheyen, CDU, im Interview
- 84** DURCHSTARTEN – Safia entwickelt Kontaminanten-Schnelltests
- 87** LESSONS LEARNED – Drei Dinge braucht die Wirkung

HANDEL

- 88** DIGITALES ZEITALTERN – Wie KI-optimierte Produktdaten Marken stärken
- 90** MARKE UND HANDEL – Alexander von Preen, HDE, über Partnerschaft, Digitalisierung und Nachhaltigkeit

RECHT

- 93** EINWEGKUNSTOFFFONDSGESETZ – Zwischen To-go-Becher und Christstollen

SERVICE

- 96** PERSONEN / EVENTS
- 98** EVENTS – VKE-Treff / IFA Innovation Award
- 99** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf
LinkedIn