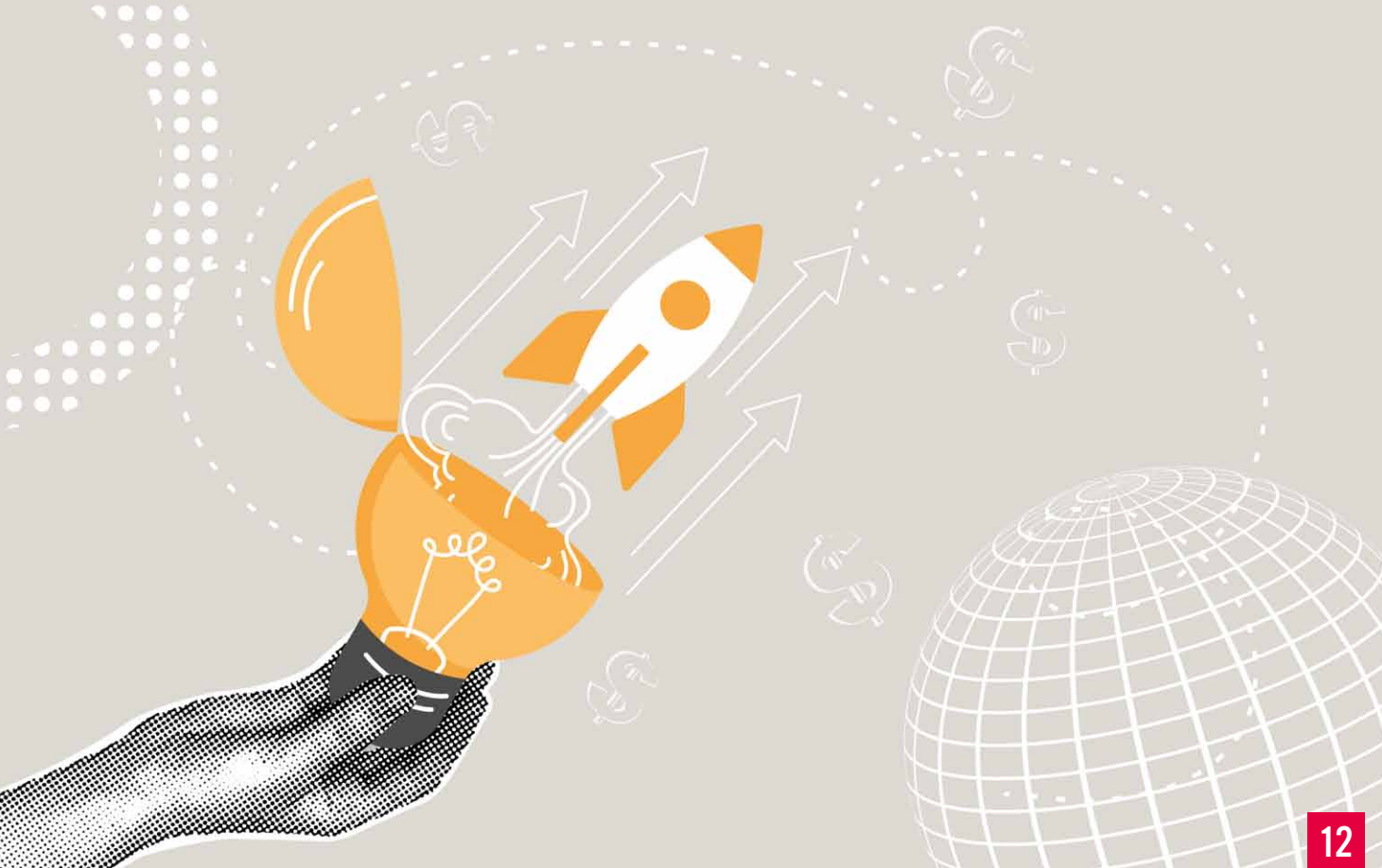




12



26



34

NEWS

- 6** Bürokratie belastet Start-ups
Maike Abel folgt als Vorsitzende der OWM auf Uwe Storch
Das sind die beliebtesten Arbeitgeber für Studierende
ZAW: Bilanz und Ausblick
Resilienz: Nur 19 Prozent der Marken sind widerstandsfähig aufgestellt
Marken nutzen OMR Festival zum Netzwerken und Lernen
Knapp die Hälfte der Unternehmen will Diversität erhöhen
Die Top 50 der wertvollsten deutschen Marken sind 506 Milliarden US-Dollar wert
Kilians Markenlexikon

START-UP-ÖKOSYSTEM: AUFBRUCHSZEIT

- 12** GEMEINSAM STARK – Warum Unternehmerfamilien in Start-ups investieren, wie Single Family Offices und Gründer zueinanderfinden und wie Beziehungen neue Wege öffnen
- 16** INNOVATION GESTALTEN – Wie können Gründer, Mittelstand und Politik die Start-up-Szene gemeinsam voranbringen? Experten aus Wirtschaft und Venture Capital diskutieren über Schlüsseltrends von morgen
- 22** KÜNSTLICHE INTELLIGENZ – Kooperationen von Start-ups mit etablierten Unternehmen im Zeitalter von KI können für beide Seiten erfolgsversprechend sein
- 24** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Christine K. Volkmann, Inhaberin des Unesco-Lehrstuhls für Entrepreneurship
- 26** SKINCARE MIT HALTUNG – Wie die Gründerin der Kosmetikmarke No Cosmetics den Markt aufmischen und den Weg für junge Frauen in der Beauty-Branche ebnen will
- 30** DURCHSTARTEN – Das Start-up Geile Weine will Berührungängste abbauen und den Zugang vereinfachen

Fotos: Haranua Kocapeaw-AdobeStock, Fabio AdobeStock, Pajeros Volando-AdobeStock, holger puhl fotografie



48

MARKENFÜHRUNG

- 34** SPORTSPONSORING I – Das Sponsoring im Frauenfußball bietet für Marken viel Potenzial. Es gilt aber, die Strukturen zu professionalisieren
- 38** SPORTSPONSORING II – Immer mehr Unternehmen engagieren sich im Frauenfußball. Markenverantwortliche von Google, Ergo und Bitburger erklären, warum sie investieren
- 42** SPORTSPONSORING III – Vermarktungsverantwortliche bei ARD und ZDF über den magischen Flow von Sport
- 44** SPORTSPONSORING IV – Professionalisierung und zunehmende Engagements im Frauensport: Ein Blick auf aktuelle Tendenzen im Sportsponsoring
- 48** KÜNSTLICHE INTELLIGENZ – Wie Unternehmen emotionale Barrieren abbauen und die Akzeptanz von KI fördern können
- 51** LESSONS LEARNED – Mehr Echtheit im Marketing
- 52** BRÜCKENBAU MARKE – Warum die Heinz-Ketchup-Flasche ein Paradebeispiel für markenorientiertes Design ist

RECHT

- 54** GEOGRAFISCHE HERKUNFTSANGABEN – Alles Dubai, oder was? Das letzte Wort ist noch nicht gesprochen

HANDEL

- 57** WACHSTUM SCHAFFEN – Der Tourismus kann ein wichtiger Treiber für den stationären Einzelhandel und zentraler Umsatzbringer sein

SERVICE

- 60** PERSONEN
- 64** EVENTS – Duftstars / ZAW Plenum der Werbung / German Startup Award / iF Design Award / ADC Wettbewerb
- 66** VORSCHAU / IMPRESSUM

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