



12



36



42

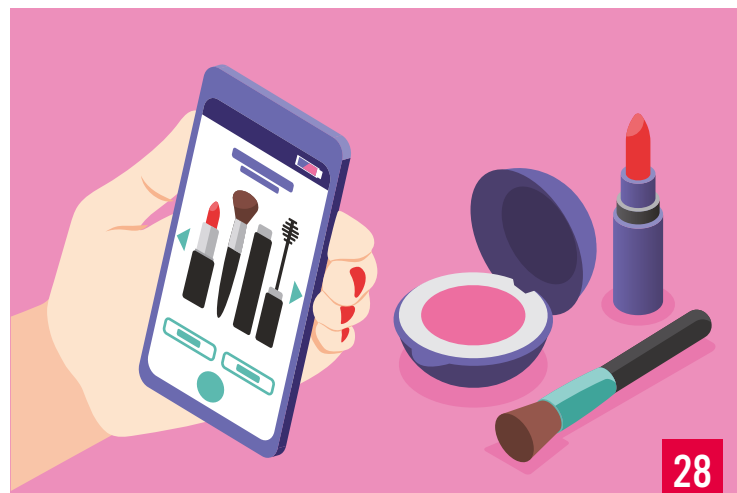
NEWS

- 6** Retail Media: Gratwanderung
Zehn deutsche Klubs unter den 50 wertvollsten Fußballvereinsmarken der Welt
Wo Start-ups und etablierte Firmen aneinander scheitern
Wie Deutsche auf KI im Marketing reagieren
So nimmt die GenZ Werbung wahr
Marken sind Vertrauensanker
Deutschland bei der Digitalisierung im EU-Vergleich Mittelmaß
Mediennutzung und -verhalten im Generationenvergleich
Kilians Markenlexikon

RETAIL MEDIA: POS GEHT DIGITAL

- 12** MEDIAMIX – Annette Calandrini (Ferrero) und Patrick Swientek (Danone) erklären, wie Wachstumspotenzial gehoben werden kann
- 16** REIFEPHASE – MediaMarktSaturn will zeigen, wie First-Party-Daten, Instore Ads und Full-Funnel-Ansätze Retail Media zum strategischen Wachstumstreiber machen
- 20** INSPIRATION – Mit Digital Signage lassen sich die Aufmerksamkeit steigern und Konsumenten zum Zugreifen bewegen
- 22** HERAUSFORDERUNG – Die Retail-Media-Chefs von Obi und Rewe erläutern, welche Chancen das Format bietet und welche Herausforderungen noch zu bewältigen sind
- 25** MARKE STATT MASSE – Wie Marken durch Aufenthaltsqualität neue Relevanz schaffen

Fotos: Fernhaven/AdobeStock; macrovector-stock.adobe.com; Martin Lahousse, iStockingART/AdobeStock



28

MARKENFÜHRUNG

- 28** BEAUTY-MARKT I – Estée Lauder, Payot, Coty und Schrammek diskutieren, wie Markenbindung in Zeiten von Unsicherheit, Social Media und Omnichannel gelingt
- 32** BEAUTY-MARKT II – Social Media gewinnt im Mediamix der Beauty-Branche an Bedeutung – jedoch mit markenspezifischen Strategien und Budgets
- 36** STIMMEN AUS EUROPA – Der Europa-Abgeordnete Christian Doleschal, CSU, im Interview
- 42** PERSONAL BRANDS – Wenn Marken auf Stars setzen, wetten sie auf Nähe – und riskieren den Bruch
- 46** DURCHSTARTEN – Das Start-up Omegalecker mit der Marke Die Ölfreunde produziert Öle ohne Gedöns
- 49** LESSONS LEARNED – Vergesst die treuen Kunden nicht
- 50** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Nils Goldschmidt, Deutscher Ethikrat
- 52** BRÜCKENBAU MARKE – Sollten Marken zu umstrittenen Themen Haltung zeigen oder lieber nicht?
- 54** DIGITALE TOUCHPOINTS IM B2B – Zwischen Daten, Emotionen und echten Wettbewerbsvorteilen

HANDEL

- 58** HANDELS-APPS – Kundenaktivierung im Einzelhandel durch Couponing, Gamification, Loyalty-Programme und Retail Media

RECHT

- 61** DUPES, DUFTZWILLINGE & CO. – Der 'Dupe-Culture' sind klare rechtliche Grenzen gesetzt. Markenhersteller sollten die Möglichkeiten nutzen, um gegen die Nachahmer vorzugehen

SERVICE

- 64** PERSONEN
- 66** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf
LinkedIn