

The best way to predict  
the future  
is to create it



12



50



54

## NEWS

- 6** Werbekmarkt in Bewegung  
Nachhaltigkeit wird bei Kaufentscheidungen wichtiger  
Most Influential Brands: Marken mit dem größten Einfluss  
Vertrauen zahlt sich aus  
Stärkste Nationenmarken der Welt  
Best Global Brands: Apple an der Spitze  
Das sind die beliebtesten Händler in Deutschland  
E-Commerce treibt den Handel mit Produktfälschungen  
Kilians Markenlexikon

## MARKETINGZUKUNFT GESTALTEN

- 12** SUSANNE KUNZ, OWM – Innovationsmotor Werbung
- 14** FRANZ-PETER FALKE, MARKENVERBAND – Freiheit der Kommunikation sichern und erhalten!
- 16** INTERVIEW – Susanne Kunz, OWM, über die Herausforderungen im Marketing und die Gestaltung des Mediamarktes
- 20** OWM-MITGLIEDERUMFRAGE – Mediainflation, das Ende der Third-Party-Cookies, Fake News & Co. bewegen die Branche
- 24** ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN – Wie Markenverantwortliche auf die Veränderungen durch Corona reagieren
- 36** EINFACH MACHEN! – Gründer und Investor Dr. Andreas Wiele über den Mut zur Veränderung
- 38** BMW – Wie der Autobauer Vertriebsprozesse und Kundeninteraktionen digitalisiert und neu gestaltet
- 40** FUTURE OF WORK – Sabine Eckhardt, Jones Lang LaSalle, über den Umbruch in der Immobilienbranche
- 42** MARKENFÜHRUNG – Von Kontrolle zu Ko-Kreation
- 45** KOMMUNIKATION – Vom Purpose zur Emotion
- 48** YOUNG GENERATION – Menschen zu Mitgestaltern machen

Fotos: Ju...\_see - stock.adobe.com, hadrian-fleisstock, GRAEF, malicasa - stock.adobe.com

## MARKENFÜHRUNG

- 50** GRAEF – Der Hausgerätehersteller pusht Marketing, Innovation, Diversifizierung und Digitalisierung
- 54** CORPORATE PODCASTS – Audio und Voice erfolgreich für eine nachhaltige Markenbildung und -bindung nutzen
- 58** BRAND SLAM – Wie Roboter die Art und Weise ändern werden, wie Menschen mit Marken agieren
- 60** TRANSFORMATION – Warum der Prozess oft ins Stocken gerät und wie es gelingt, die Mitarbeiter mitzunehmen
- 64** O'DONNELL MOONSHINE – Likör im Einmachglas
- 68** BRÜCKENBAU MARKE – Verfahren der Sentimentanalyse
- 70** MARKENFÜHRUNG – Eigene Identität als Schlüssel zum Erfolg
- 72** PACKAGING – Wie Künstliche Intelligenz beim Optimieren hilft

## HANDEL

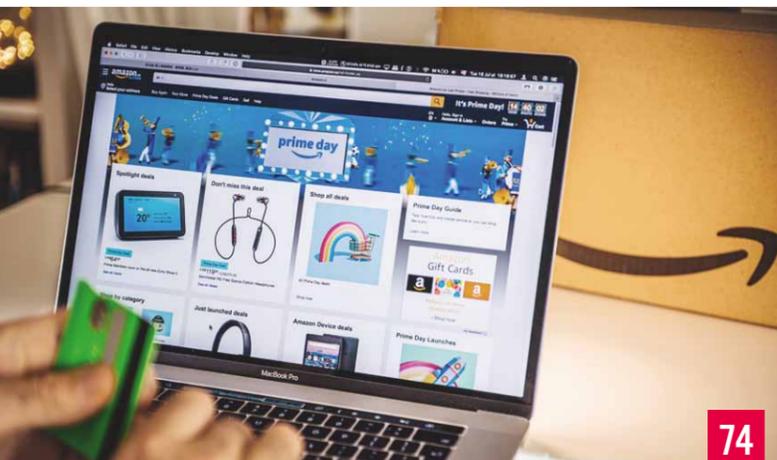
- 74** AMAZON – Folgt auf das Wachstum die Implosion?
- 78** DYNAMIC PRICING – Welche Chancen und Risiken birgt der Einsatz im stationären Handel?

## RECHT

- 82** PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE – Warum Aufklärung und Prävention wichtige Themen sind
- 84** ONLINE-MARKETING – Wie können sich Werbungtreibende gegen Ad Fraud schützen und Ansprüche geltend machen?

## SERVICE

- 87** LESETIPPS
- 88** PERSONEN
- 90** VORSCHAU / IMPRESSUM



74



Täglich News auf  
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf  
LinkedIn



markenartikel mobil  
als App