

INHALT



Live-Erlebnis: Messen als Event **12**



Sport & Marke: Erfolgreiche Partnerschaft **26**



OWM: Transformation im Marketing **38**

NEWS

6 MESSEN IM MARKETINGMIX / DIGITALMARKEN AM RELEVANTESTEN / SCHWIERIGE DIGITALE MARKENFÜHRUNG / TRANSFORMATION DER CMO-ROLLE / BELIEBTESTE ARBEITSGEBER / MISSTRAUISCHE KONSUMENTEN / WICHTIGES KAUFKRITERIUM: VERTRAUEN / MARKEN MÜSSEN HALTUNG ZEIGEN / MITTELMÄSSIGE MITARBEITERBINDUNG / MOBILE INTERNETNUTZUNG STEIGT

MESSEN: MARKEN IM RAUM INSZENIEREN

- 12** INTERVIEW – Linda Stannieder, Chefin von Graft Brandlab, erklärt, wie Markenbildung im Raum funktioniert
- 16** EVENT – Messe Frankfurt, Koelnmesse und Nürnberg Messe zeigen, wie sie ihre Ausstellungen attraktiv gestalten
- 20** DIGITALISIERUNG – Michael Degen, Messe Düsseldorf, sagt, warum Live-Erlebnisse auch in Zeiten von Virtual Reality wichtig bleiben
- 22** USER EXPERIENCE – Eine agile und nutzerorientierte Herangehensweise bei der Gestaltung physischer Markenarchitektur ist wichtig

MARKENFÜHRUNG

- 26** SPORT & MARKE I – Wie Viessmann als Wintersportsponsor die Werte und das Image des Unternehmens vermittelt
- 29** SPORT & MARKE II – Welche Sportarten sind angesagt? Wer sind die Käufer? Wer die Zielgruppe erreichen will, muss deren Werte kennen
- 32** SPORT & MARKE III – Leki, Weltmarktführer bei Ski- und Wanderstöcken, setzt auf Qualität, Design, Innovation und Kundenbindung
- 36** SPORT & MARKE IV – Wie die DFL die Popularität der Bundesliga nutzen und sie international noch stärker vermarkten will
- 38** WERBEN, WIRKEN, WACHSEN – OWM-Chefin Tina Beuchler über Goldgräberstimmung, die Gefahr von Wildwuchs sowie Test-and-Learn
- 44** KOSMOS VERLAG – Wie das Stuttgarter Traditionshaus mehr Ordnung in seine Markenführung bringen will

- 48** ENGAGEMENT – Wollen Marken relevant bleiben, müssen sie sich stärker auf Konsumenten einlassen und mit ihnen in Beziehung treten
- 50** CANON – Der Kamera- und Druckeranbieter will einen möglichst hohen Anteil an der Wertschöpfungskette des Bildes haben
- 54** FINANZBRANCHE – Banken müssen ein besseres Verständnis für die Kundenbedürfnisse entwickeln. Fintechs machen vor, wie es geht
- 58** STROH AUSTRIA – Österreichs ältester Spirituosenhersteller will unabhängiger von der Wintersaison werden
- 62** 3 FRAGEN AN – Prof. Achim Wambach, Vorsitzender der Monopolkommission und Präsident des ZEW

HANDEL

- 64** SHOPPER MARKETING – Virtual und Augmented Reality eröffnen neue Möglichkeiten des Markenerlebnisses im Handel

RECHT

- 66** MARKENPARODIE – Warum sie die Verbraucher verwirren und oftmals gegen geltendes Recht verstoßen
- 69** NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen

SERVICE

- 70** KURZMELDUNGEN
- 71** PEOPLE
- 72** EVENTS – CMO of the year / Anti-Aging Award / Factor-Studiengespräch / Puls Unternehmertag / Marken-Summit / Produkt des Jahres
- 74** VORSCHAU / IMPRESSUM

Täglich Marken-News auf unserer Website
www.markenartikel-magazin.de
 und auf Twitter unter @markenartikler



50 Canon: Leidenschaft für das Bild



54 Finanzbranche: Technologien sinnvoll nutzen



58 Stroh Rum: Hochprozentige Nische