



Kunden erwarten Antworten auf viele neue Fragen. Haltung wird somit auch zu einem Thema im Marketing und in der Kommunikation.

Uwe Storch, OWM

14



64



74

NEWS

- 6** Herausforderungen im Marketing
Bedeutung digitaler Plattformen oft unterschätzt
Trend zu stärkerer On-Demand-Nutzung
Vertrauen in deutsche Firmen auf Tiefststand
KI hilft bei der Personalisierung von Werbebotschaften
Voice: Einkauf per Sprachassistent
Linearer TV-Werbeumsatz sinkt
Agentur-Vergütung: Rahmenverträge werden seltener
Kooperationen mit Influencern werden abgelehnt

VERANTWORTUNG, HALTUNG, PURPOSE

- 12** JOACHIM SCHÜTZ, OWM – Haltung: Pflicht oder Kür?
14 INTERVIEW – Uwe Storch, OWM, warnt vor zu großen Versprechen und fordert mehr Transparenz
20 STUDIE – Der Effekt Purpose-getriebener Markenführung
24 YOUTUBE – Dirk Bruns, Google, über Maßnahmen, um den Schutz vor Missbrauch zu verbessern
28 SOCIAL MEDIA – Oliver Stroh, OMD, über die Verantwortung von Plattform-Betreibern für die Inhalte auf den Seiten
30 BRAND PURPOSE – Mutiges Manifest statt Feigenblatt!
34 STOP THE WATER WHILE USING ME – Produkte mit Haltung
38 FRITZ-KOLA – Engagement, Nachhaltigkeit und klare Kante
40 BEN & JERRY'S – Chancengleichheit, Klimaschutz und Flüchtlingshilfe als Teil der Mission
43 3 FRAGEN AN – Fridays-for-Future-Aktivistin Clara Mayer
44 OWM-MITGLIEDERUMFRAGE – Haltung und Verantwortung werden wichtiger, Transparenz und Qualität zentral

Fotos: w/Petra A. Kilnick, Thomas Raralzyk, Leifheit, Fürstenberg

MARKENFÜHRUNG

- 48** MARKEN – Dreiklang aus Science, Art und Craft hat Bestand
52 MARKENVERBAND – Kanzlerin Angela Merkel über Geistiges Eigentum, Wettbewerbsrecht, Dual Quality und Plattformen
58 STUDIE – Szenarien der Markenführung im digitalen Zeitalter
61 SITUATIONAL DESIGN – Marken wieder empathisch machen
64 LEIFHEIT – Haushaltsproduktmarke will wieder stärker ins Bewusstsein der Konsumenten rücken und setzt auf TV
68 AGENTURVERGÜTUNG – Nicht an falscher Stelle sparen
71 AGILES ARBEITEN – Wenn Kunde und Agentur sprinten
74 FÜRSTENBERG PORZELLAN – Traditionsmarke hofft auf Rückenwind durch veränderte Konsumentenbedürfnisse
78 SEBAMED – Die medizinische Hautpflegemarke will jüngere Zielgruppen erschließen und nicht nur Problemlöser sein
82 EMSA – Haushaltswarenhersteller setzt auf Innovation
86 PROGRAMMATIC ADVERTISING – Datenqualität verbessern
88 TOP-OF-MIND – Welche Marken sind am stärksten präsent?

RECHT

- 89** RÜCKRUF – Umstrittene Rechtsprechung zum Rückruf von Produkten könnte doch noch gekippt werden
92 NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen

SERVICE

- 93** LESETIPPS / PERSONEN / EVENTS
94 PERSONEN
96 EVENTS – Jahrestagung Markenverband / Global Ranking Champions / Deutscher Umweltpreis / Goldenes Brandeisen
99 VORSCHAU / IMPRESSUM



52



Täglich News auf
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns unter
@markenartikler



markenartikel mobil
als App