



12



42

BRÜCKENBAU
MARKE

56

NEWS

- 6** Fußball und Schwimmen beliebt
DPMA: Henkel bei Marken vorn, Robert Bosch bei Patenten
Trusted Brands stehen fest
Konsumenten greifen häufiger zu Eigenmarken
Werbewirtschaft: Heimischer Mittelstand wichtiger
Auftraggeber für Agenturen
Die 50 wertvollsten deutschen Marken
Wissenschaftspreis des Markenverbandes verliehen
Siemens, Bosch und BASF unter den Top-Patentanmeldern
Corona-Krise bremst die Ausgaben für Forschung

FUSSBALLEM: MARKENBÜHNE SPORT

- 12** SPONSOREN – Was sie sich von der Euro 2020 erhoffen, verraten die Uefa-Sponsoren Heineken und TikTok
- 16** MARKETING – Wer Sport als Kommunikationsinstrument nutzen möchte, sollte gut überlegen, wie er dabei vorgeht
- 20** WERBE-HIGHLIGHT – Uwe Esser, AS&S, und Joachim Strauch, ZDF Werbefernsehen, über die Strahlkraft des Sports
- 24** GESCHÄFTSMODELL – Steigenden Kosten sorgen dafür, dass Marken ihre Kommunikationskonzepte überdenken

MARKENFÜHRUNG

- 30** DIGITALMARKETING I – Apples ATT: Datenschutz oder das Ende des freien Internets?
- 33** DIGITALMARKETING II – Welche Auswirkungen sie für ihre Kampagnen durch Apples iOS 14 erwarten, verraten Markenverantwortliche bei Carl Kühne, Deutsche Bank, Edding, Otto, Renault, Volkswagen und Volvo
- 40** DIGITALMARKETING III – Jin Choi, Facebook, sagt, was sein Unternehmen mit Blick auf Apples Tracking-Opt-In kritisiert

Fotos: ©peterschreiber.media - stock.adobe.com, jporiba-stock.adobe.com, John Paul Photography, Carsten Baumgarth



30

- 42** WILLIAM GRANT & SONS – Das Spirituosenunternehmen hat viel vor mit Glenfiddich, Tullamore, Balvenie und Hendrick's
- 46** 3 FRAGEN AN – Cornelia Rudloff-Schäffer, DPMA
- 48** DIENSTLEISTUNGSMARKEN – Wie es gelingt, Kunden und Mitarbeiter mitzunehmen und Produkte erlebbar zu machen
- 52** SAMOVA – Nachhaltiger Lifestyle und Bio-Produkte müssen nichts mit erhobenem Zeigefinger zu tun haben
- 56** BRÜCKENBAU MARKE – Wieso der Transfer von Erkenntnissen aus der Wissenschaft in die Markenpraxis wichtig ist
- 48** MARKEN-COOLNESS – Was macht eine Marke cool? Wie kann man dies messen?
- 60** KUEMMERLING – Der Kräuterlikör feiert seinen 100. Geburtstag und positioniert sich als kantiger Begleiter
- 63** G-E-M MARKENDIALOG – Marke im New Normal: Customer und Brand Experience als Treiber der Markenführung
- 68** NACHHALTIGKEIT – Die Marktanteile nachhaltiger Produkte sind zwar noch gering, ihr Marktwachstum ist aber rasant

HANDEL

- 72** FLEUROF – Der Versand von Blumengrüßen wird gerade in Zeiten von Social Distancing gerne genutzt
- 75** E-FOOD – Corona hat zum Umsatz-Boom im Lebensmittel-Online-Handel geführt. Aber wird sich der Trend etablieren?

RECHT

- 78** LEGO – Etappensieg: Die Form des Lego-Steins ist – möglicherweise – als Geschmacksmuster schutzfähig

SERVICE

- 80** LESETIPPS
- 82** LESETIPPS
- 83** VORSCHAU / IMPRESSUM

Täglich News auf
markenartikel-magazin.deFolgen Sie uns unter
@markenartiklermarkenartikel mobil
als App