



12

**Wir handeln**  
*nachhaltig!*

30



38

## NEWS

- 6** Zoll sichert Fakes im Wert von 435 Mio. Euro  
China: Innovationsmotor und Wachstumsmarkt für Marken  
Das sind die wertvollsten deutschen Marken  
Deutschland auf Rang 10 bei der Innovationsfähigkeit  
VW gehört zu den Unternehmen mit den höchsten Innovationsausgaben  
Das sind die Gründe für einen Markenboykott  
Das sind die beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands  
Konflikte zwischen Führungsgenerationen behindern Wandel  
Kilians Markenlexikon

## BEAUTY: NEUE WEGE WAGEN

- 12** INTERVIEW – Markus Grefer und Andreas Fuhlisch vom VKE-Kosmetikverband sagen, welche Ziele sich die Beauty-Unternehmen gesetzt haben und wie sie Akzente setzen wollen
- 16** NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE – Wer den unvermeidbaren Wandel managen kann, wird am Markt bestehen können
- 20** NACHHALTIG ERFOLGREICH – Markenverantwortliche bei Mäurer & Wirtz, Babor und Börlind erklären, wie sie beim Thema Nachhaltigkeit aufgestellt sind
- 24** DUFTMARKT – Udo Heuser, Fragrance Foundation, verrät, was ein erfolgreiches Parfüm ausmacht
- 26** RELAUNCH – Der Kosmetikerhersteller Grandel steckt mitten im Rebranding, überarbeitet alle Marken und positioniert sich als Beautytyness Company

## MARKENFÜHRUNG

- 30** NACHHALTIGKEITS-CLAIMS – Wie nehmen die Verbraucher Produktaussagen zur Nachhaltigkeit wahr? Und was bedeutet das für die Markenkommunikation?
- 34** SUSTAINABILITY – Monika Schulze (Zurich) und Jan Pieper (Bergader) erläutern, wie sie das Thema im Markenkern verankern und wieso Transparenz dabei zentral ist



26

Fotos: Aureliak/AdobeStock, Dr. Granel, Dinedesign/AdobeStock, NicoE/Mino/AdobeStock

- 38** RAPID PROTOTYPING – Generative Künstliche Intelligenz kann die Prototypenentwicklung beschleunigen
- 42** LOVE BRANDS – Wie es gelingt, mit der Zeit zu gehen, zeigt Portugals Lieblingsmarke Delta Cafés
- 44** DURCHSTARTEN – Das Münchner Start-up Air Up hat ein Getränkesystem entwickelt, das Trinkwasser allein durch Duft aromatisiert
- 47** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Justus Haucap, Düsseldorf Competition Economics
- 48** FAMILIENUNTERNEHMEN – Nur ein gelebter Purpose, der in der Strategie verankert ist, trägt zum Erfolg eines Unternehmens bei
- 51** TOP OF MIND – Die am besten erinnerten Marken
- 52** PORTRÄT – Ariane Kaestner, Geschäftsführerin von Luvos Heilerde, sagt, wie sie neue Zielgruppen erschließen will
- 54** BRAND SLAM – Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz, GEM, sprach mit Europa Bendig, Protopia, über eine regenerative Konsumkultur, 'Behavioral Hacks' und die Bedeutung für Marken
- 56** BRÜCKENBAU MARKE – Wie kann man Avatare effektiv für das Marketing und die Markenkommunikation nutzen?

## HANDEL

- 58** KOOPERATION – Handel und Hersteller müssen von einer konfrontativen hin zu einer Wertschöpfungskultur kommen

## RECHT

- 60** NACHHALTIGKEITSWERBUNG – Bei der Verwendung von Umweltaussagen sind einige Regeln zu beachten

## SERVICE

- 63** LESETIPPS
- 64** PERSONEN
- 66** NACHRUF – Trauer um Ex-Unilever-Manager Dr. Manfred Stach
- 67** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf  
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf  
LinkedIn



markenartikel mobil  
als App