

GRANDIOSE GEWINNER

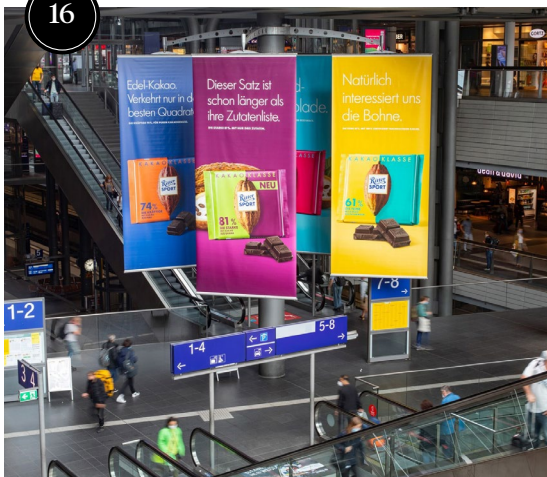
24

Grandiose Gewinner

Glückwunsch! Rotbäckchen, R+V Versicherung, Seidensticker und BMW Motorrad überzeugen die Jury des Marken-Awards

„Cooler als ein TV-Bildschirm“

Malte Dammann und Michael Lessmann, Marketingchef und Deutschlandchef bei Ritter Sport, sehen im Bahnhof die „große Bühne“ für die Schokoladenmarke



16



36

Unter Druck

Warum die Coronakrise im digitalen Marketing oft weniger die Digitalisierung selbst als vielmehr den Digitalisierungsdruck pusht

Check-in

- 6 **News** Werberat-Bilanz: Fälle steigen, Marken reagieren / Was die Marketer online bewegte / Warum heißt die Marke so? / Menschen machen Marken
- 14 **Cartoon** Und wer soll das essen?
- 15 **Welt im Wandel**
Was Marken und Menschen attraktiv macht
- 16 **Interview** Marketingchef Malte Dammann und Deutschlandchef Michael Lessmann erläutern im Interview, wieso Ritter Sport noch stärker am Bahnsteig werben will
- 22 **Science meets Practice**
Smells like Bahn spirit

Titelthema

- 24 **Marken-Award 2021**
Das sind die Gewinner des begehrten Branchen-Preises
absatzwirtschaft.de/tag/marken-award
- 26 **Ein Schuss Gesundheit**
Rabenhorst entert mit der Marke Rotbäckchen das trendige Segment der Shots
- 28 **Vom Ich zum Wir**
Die R+V Versicherung positioniert ihre Marke mit einem klaren Statement: gegen den Egoismus, für die Gemeinschaft
- 30 **Smartphone statt Messe**
BMW Motorrad verabschiedet sich von physischen Events – und fährt mit digitalen Produkt-Launches deutlich besser
- 32 **Ambitionierter Aufbruch**
Die Traditionsmarke Seidensticker verordnet sich eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie
- 34 **Die Jury des Marken-Award 2021**
Diese Jury hat im zweistufigen Auswahlverfahren über die Gewinner entschieden
- 35 **Make every second count!**
Neuer TikTok-Kanal und TikTok-Challenge

Technologie & Innovation

- 36 **Neue und alte Prioritäten**
Im digitalen Marketing haben sich während der Coronakrise die Kräfteverhältnisse weiter verschoben
- 41 **Blick über die Grenzen**
Alles dreht sich um Valentinstag(e)

Die Cannabis-Krux

Der deutsche Markt für Cannabisprodukte wächst. Doch trotz des Booms gestaltet sich die Vermarktung nicht einfach

42



Strategie & Management

42 **Guter Stoff**

Wie die Cannabisbranche mit Stigmen, Missverständnissen und Wissenslücken aufräumen will

46 **Fleisch 3.0**

CHANGE Die Entwicklung von Clean Meat macht schnelle Fortschritte. Auf die Fleischindustrie kommt damit die nächste Innovationswelle zu

50 **„Wir wollen unseren Vorsprung ausweiten“**

Andreas Billker von Kellogg Deutschland über die Gaming-Evolution von Pringles

absatzwirtschaft.de/tag/esports

53 **Modernes Media-Management**

Darf Media auch Sinn haben?

55 **DMV Szene**

Für den Inhalt dieses Heftteils ist der Deutsche Marketing Verband (DMV) verantwortlich

66 **DMV-Kolumne**

Matthias Riedle erklärt, warum es höchste Zeit ist, sich mit der digitalen Nachhaltigkeit zu befassen

Medien & Kommunikation

68 **Raus aus dem Krisenmodus**

Während sich für TV und Online ein robustes Wachstum abzeichnet, nimmt das Kartellamt die Marktdominanz der Digitalriesen unter die Lupe

74 **Medien im Fokus**

Der Bündnisfall

Best Practice

75 **Der Lead-Generator**

Marketingchef Klaus-Peter Grave beweist beim B-to-B-Unternehmen Funke Wärmeaustauscher Apparatebau, was gutes Marketing so alles kann

Good Job

78 **„Arbeitszeit ist Lebenszeit“**

Wer Feelgood Manager als Gute-Laune-Beauftragte abtut, hat das Konzept nicht verstanden

Mediathek

80 **Inspirierendes aus der Welt der Medien**

Ein Prosit mit Wirkung / Eiswasser im Weltall / ABBA wer? / Mit Narrativen führen / Videocall mit Wackelaugen / Ohne Freiheit ist alles nichts / Oooohhh – that sounds powerful

Standards

79 **Impressum**

82 **Wie konnte das passieren ...** Sarah Kübler?

50



Ins Netz gegangen

2017 entschied sich die Snackmarke Pringles dazu, ihre Fußballbundesliga-Engagements zu beenden und stattdessen in Esports und Gaming zu investieren. Nun will die Marke die nächste Evolutionsstufe zünden

75



Einfach machen (lassen)

Lässt seinem Marketingchef freie Hand, solange die Zahlen stimmen: Peter Streit, CEO von Funke