

26

Titelgeschichte

Diese 24 Nachwuchs-Talente aus dem Bereich Marketing sollten Sie kennen



44

Ravensburger

Der Spielwarenhersteller hat die Pandemie genutzt, um sich digital neu zu erfinden. Mit großem Erfolg



48

Neuer Markenname

Wann es sich lohnt, den Wechsel zu wagen, wann nicht – und was man in beiden Fällen beachten sollte

Check-in

6 News und Studien

Die Erholung des Werbemarkts, das Weihnachtsfest in der Pandemie und die Akzeptanz zur Datenweitergabe

12 Menschen machen Marken

18 Fünf Fragen an ...

Peter Waibel, Kreativchef Jung von Matt Neckar

20 Interview Ad Girls Club

Warum Markenverantwortliche wissen sollten, was die beiden Gründerinnen Lisa Eppel und Isabel Gabor in ihr Manifest geschrieben haben

25 Neues Narrativ

Die Kolumne von Europa Bendig

Titelthema

26 Nachwuchs im Fokus

Kreativität oder Daten? Die wichtigste Ressource für Unternehmen sind und bleiben ihre Angestellten. Wir stellen 24 Talente aus dem Bereich Marketing vor

33 Recruiting im Marketing

Was suchen Unternehmen und was wollen die Bewerber*innen? Und wie passt das eigentlich zusammen?

41 Zuerst die Basics, dann der Aufstieg

Axel Löber, Marketingmanager von Eon, spricht im Interview über das richtige Handwerkszeug und notwendige Mindset für eine Karriere im Konzern

Technologie & Innovation



44 Change: Ravensburger

Der Spielwarenhersteller hat die Coronakrise genutzt, um sich neu aufzustellen. Ein Blick hinter die Kulissen

47 Aus dem Maschinenraum

Die Kolumne von Isabelle Ewald



20

Ad Girls Club

Im Interview sprechen Isabel Gabor und Lisa Eppel über ihr Manifest – und darüber, warum es nicht nur für Agenturen, sondern auch für Marken relevant ist

Strategie & Management

48 Change als Chance
Eine Entscheidungshilfe für Marken, die überlegen, ihren Namen zu wechseln

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

63 Die große Umfrage
Wir haben elf Marketing-Club-Präsident*innen gefragt, was sich die Branche für 2022 vornehmen sollte

Medien & Kommunikation

66 Megatrend Streaming
Drei Strategien, von denen Marken in ihrer Bewegtbildkommunikation am meisten profitieren

Best Practice

70 Folgenreiches Missverständnis
Mit Ingrid hat sich Indeed auf dem deutschen Markt einen festen Platz unter den Jobportalen gesichert

Good Job

74 Zurück ins Team
Um die Wechselbereitschaft ihrer Mitarbeiter*innen zu reduzieren, müssen Unternehmen sich etwas für die Zeit nach Corona einfallen lassen. Hier sind ein paar Ideen

Standards

78 Mediathek
80 Wie konnte das passieren ... Julia Saswito?
81 Impressum
82 Cartoon

70

Best Case: Indeed

Was kann man in der Markenführung von Indeed lernen? Ein bisschen Ingrid, sprich Humor bei der Positionierung, schadet nie



74

Good Job

Wie können Teambuilding-Maßnahmen nach Corona aussehen? Wir hätten da ein paar Vorschläge abseits des Obstkorbs