

INHALT

4



NEWS

6 GELD FÜR FITNESS / UMSATZ MIT LUXUSMARKEN / VERTRAUEN IN SOCIAL MEDIA / WERBUNG SCHWER ZU ERKENNEN / BCM-AWARD: ERFOLGREICHSTE KUNDEN / HALTUNG ZEIGEN / REGIONALE LEBENS-MITTEL BELIEBT / TOP-50-FMCG-HERSTELLER / MOBILE ADVERTISING WÄCHST / BESTE LUXUSMARKEN: MONTBLANC VORN / GUIDELINES ZU KAMPAGNENKONTAKTEN / IMAGE DEUTSCHER MARKEN ROBUST

SPORT: BELIEBTES SPIELFELD FÜR MARKEN

- 12** SPONSORING – Zwischen Euphorie, Kostenkalkulationen und Imagesorgen wägen Marken ihr Sport-Engagement neu ab
- 16** FUSSBALL – Die Vorlieben der Fußball-Interessierte sind vielfältig, die Fans sind keineswegs nur eine männliche Randgruppe
- 18** ENGAGEMENT BEWERTEN – Lohnt es sich, als Sponsor bei Events wie der Fußball-WM Präsenz zu zeigen? Findet ein Imagetransfer statt?
- 24** SPORTBEKLEIDUNG – Konsumenten sind bereit, für Markenbekleidung deutlich mehr auszugeben als für No-Name-Produkte
- 28** VIELFALT – Für Marken kann es sich lohnen, Individualsportarten zu unterstützen, denn Laufen, Radfahren oder Wandern haben Potenzial
- 30** E-SPORT – Sponsoring-Verantwortliche bei Telekom, McDonald's und Renault sprechen über individuelle Konzepte und Mehrwerte für Fans

MARKENFÜHRUNG

- 34** VKE-TREFF – Mit welchen Konzepten die Beauty-Branche die Konsumenten wieder stärker für die Marken begeistern will
- 38** VARTA – Der Batteriespezialist will bei wiederaufladbaren Energielösungen für Wearables eine marktführende Position einnehmen
- 42** AUGMENTED REALITY – Für das Marketing bietet die Technik neue Möglichkeiten, um das Markenerlebnis zu verbessern

5

- 47** B2B-UNTERNEHMEN – Bei der Markenführung hakt es an der Umsetzung, Marken-Controlling sollte zum zentralen Instrument werden
- 50** 3 FRAGEN AN – Dr. Katarina Barley, Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz
- 52** SOCIAL MEDIA – Wie die Kreation von Master-Content international agierenden Marken hilft, lokale Präsenzen mit Content zu bespielen
- 54** DIGITALISIERUNG – Um individuelle Angebote zu entwickeln, sind intelligente Systeme wichtig, die bei der Analyse der Daten helfen

HANDEL

- 56** ERLEBNISSE SCHAFFEN – Technologien wie interaktive Umkleidekabine können das Erlebnis der Shopper im Handel verbessern

RECHT

- 59** NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
- 60** SPORT-EVENTS – Welche Regeln gelten, wenn Sponsoren Fotos mit Veranstaltungsteilnehmern und -zuschauern nutzen wollen

SERVICE

- 62** KURZMELDUNGEN
- 63** PEOPLE
- 64** EVENTS – VKE-Treff / Peter Schmidt Group / TCC Marketing Forum
- 67** VORSCHAU / IMPRESSUM

Täglich Marken-News auf unserer Website
www.markenartikel-magazin.de
 und auf Twitter unter @markenartikler

