

INHALT



Mediastrategie: Komplexität steigt **12**



Best Brands: Nivea, Lay's, Ikea und Nike **40**



Insel-Brauerei: Seltene Biere von Rügen **50**

NEWS

6 DIGITALISIERUNGSGRAD STEIGT / VERTRAUEN IN MARKEN WÄCHST WIEDER / MODEBRANCHE SETZT AUF INFLUENCER / KUNDEN WOLLEN NACHHALTIGKEIT / ZEW: REKORD BEI INNOVATIONS-INVEST / TOP-SPENDER: P&G, FERRERO, VW / LOYALITÄT BEI GUTEM CONTENT / 'BRANDZ 2018' / EXZELLENT KUNDENBERATUNG / YOUTUBE-HITS

MEDIASTRATEGIE: RICHTIG PLANEN

12 ORIENTIERUNGSHILFEN – Wie Marken im Kampf um Aufmerksamkeit zur wichtigen Orientierungshilfe werden

16 KOMPLEXITÄT – Welche Themen die Mediaagenturen 2018 bewegen und warum das Digitalmarketing erwachsen werden muss

24 AUDITING – Mit Experten von Ebiquity, Kollat Media Team und Brain sprachten wir über unpassende Mediapläne und Intransparenz

30 KULTURWANDEL – Markus Biermann, Crossmedia, erklärt, wie Misstrauen überwunden werden kann

32 WERBETREIBENDE – Warum Technik allein keinen intelligenten Mediaplan kreieren kann und analoges Denken unerlässlich bleibt

34 SMART DATA – Die richtige Botschaft an die richtige Zielgruppe zur richtigen Zeit und über die richtigen Kanäle

36 BRAND SAFETY – Markensichere Umfeldler, Qualität und faire Abrechnungsmodelle beschäftigen aktuell die Online-Werbebranche

38 3 FRAGEN AN – Dr. Bernd Nauen, Geschäftsführer beim Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW)

MARKENFÜHRUNG

40 BEST BRANDS I – Michael Müller, GfK, und Florian Haller, Serviceplan, über die Erfolgsrezepte der 'Best Brands 2018'

46 BEST BRANDS II – Verantwortliche bei Nivea, Lay's, WMF und Michelin verraten, wie sie ihre Marken am Puls der Zeit halten

50 PORTRÄT – Auf der Ostseeinsel Rügen entwickelt die Insel-Brauerei seltene Biere und profitiert dabei vom Craft-Beer-Trend

54 SALIENCE – Die Verbindung von Staunen und Effizienz als neuer Nährboden für Ideen

56 INFLUENCER MARKETING – Kennzeichnungspflichten beachten, damit die Kooperationen für alle Beteiligten rechtssicher sind

HANDEL

60 ERLEBNISSE KREIEREN – Der stationäre Point of Sale muss sich zum digitalen POS wandeln, der Online sinnvoll ergänzt

RECHT

62 UNIONSGEWÄHRLEISTUNGSMARKE – Garantierte Qualität für Waren- und Dienstleistungen

64 SOCIAL MEDIA – Wie können Unternehmen ihre Marke auch im Internet umfassend schützen?

67 NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen

SERVICE

68 SERVICE

69 PERSONALIEN

70 EVENTS – Best Brands / Best Cars / Elle Beauty Awards / 'Goldene Uhr des SG' / 'Club der Markenfreunde' / BrandZ / Glammy / German Design Award / G-E-M Award / Econ Megaphone Awards

74 VORSCHAU / IMPRESSUM

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



54 Staunen: Nährboden für Ideen



58 Influencer: Regeln beachten



62 POS: Das Erlebnis macht den Unterschied