



*Mehr denn je zeigt sich die Relevanz eines zeitgemäßen Marktstandards, der für eine effiziente Budgetallokation Transparenz und Orientierung gewährleisten muss.*

Uwe Storch, OWM

12



44



54

**NEWS**

- 6** Mehr Investition in Innovation  
 'Top-50-BrandZ': SAP ist die wertvollste deutsche Marke  
 BMW und Mercedes im Trend, Mercedes am bekanntesten  
 Trust-Barometer: Bundesbürger vertrauen ihrem Arbeitgeber  
 Kaufentscheidung: Mehrheit hat Markenpräferenz  
 'Spots des Jahres 2018' stehen fest  
 Buzz: dm löst Nivea an der Spitze ab  
 Online-Video-Werbung: Gen Z offener als Millennials  
 Mobile Shopping gewinnt an Bedeutung

**BEST BRANDS**



30

**TITELTHEMA: MEDIASTRATEGIE**

- 12** VERGLEICHBARKEIT – Uwe Storch, OWM, zur Integration von Youtube in das AGF-Reichweitenmodell
- 14** KOMMUNIKATION – Wie personalisiertes Marketing gelingt
- 18** MEDIAPLANUNG – agma-Chef Olaf Lassalle zieht eine erste Zwischenbilanz zum 'maX-Crossmedia'-Tool
- 20** ÖKONOMETRISCHES MODELLING – Die Treiber für mehr Effektivität und Effizienz identifizieren
- 24** PROGRAMMATIC INSIGHTS – Beispiel Viessmann zeigt, wie die Aussteuerung von Kampagnen optimiert werden kann
- 27** KAMPAGNE – Erhöht authentische Werbung die Akzeptanz der Werbebotschaft und erzeugt Vertrauen?

**MARKENFÜHRUNG**

- 30** BEST BRANDS I – Markenerleben, Kundenorientierung und Nachhaltigkeit werden für den Erfolg von Marken wichtiger
- 34** BEST BRANDS II – Wie die 'Digital Life Brands' die Digitalisierung für die Konsumenten nutzbar machen
- 38** BEST BRANDS III – Adidas-Markenvorstand Eric Liedtke setzt den Fokus auf den Konsumenten

Fotos: padesign1 - Fotolia, GEFU, Lloyd

- 40** BEST BRANDS IV – Lego verknüpft digital und haptisch
- 42** BEST BRANDS V – Lillet bringt Savoir-vivre nach Deutschland
- 44** GEFU – Wie der Küchengerätehersteller der 'Flotten Lotte' und des Schneiders 'Spirelli' sich für die Zukunft rüstet
- 48** 3 FRAGEN AN – Prof. Dr. Lars P. Feld, Wirtschaftsweiser
- 50** CONTENT MARKETING – Künftige Erfolgsfaktoren der Disziplin
- 54** LLOYD SHOES – Andreas Schaller, Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Retail, über die Tücken des Schuhmarktes
- 58** TRANSFORMATION – Marke als wichtiges Steuerungsinstrument, dessen Potenzial mehr ausgeschöpft werden sollte
- 62** ZUKUNFT – Orientierung in der digitalen Transformation
- 65** RAUS AUS DEM ELFENBEINTURM – Wie Wissenschaft und Praxis von mehr Kooperation und Ideenaustausch profitieren
- 68** ORIENTIERUNG – Die Kunst des Markenverhaltens

**HANDEL**

- 70** AMAZON – Für den Vertrieb über die Plattform müssen Marken eine individuelle Strategie entwickeln

**RECHT**

- 74** TICKETS – Preismodelle für die Versand- oder Übermittlungsoptionen auf dem Prüfstand
- 77** NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen

**SERVICE**

- 78** PERSONEN
- 80** Sander
- 81** LESETIPPS
- 82** EVENTS – Club der Markenfreunde / AI Masters
- 83** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf [markenartikel-magazin.de](http://markenartikel-magazin.de)



Folgen Sie uns unter [@markenartikler](https://twitter.com/markenartikler)



markenartikel mobil als App