

INHALT



Kids: Analog und digital unterwegs **12**



Digitalmarketing: Transformation angehen **30**



Dornbracht-Armaturen: Kultur im Bad **40**

NEWS

6 KINDER SURFEN IM WEB / SOCIAL MEDIA BEEINFLUSST KAUF / KUNDEN WOLLEN UNTERHALTUNG / LUXUSGÜTERBRANCHE IN EUROPA / EUROPÄISCHE SICHTBARKEITSREGELN / MOBILE NUTZUNG IM GESCHÄFT / AUFSTIEG VON ESPORTS / SOCIAL MEDIA HILFT DEM MARKETING / INFLUENCER BIETEN INSPIRATION / FUSSBALL-FANS MÖGEN TESTIMONIALS / CONTENT MARKETING IST BELIEBT

MARKETING: ZIELGRUPPE KIDS

12 SCHRITT HALTEN – Wer mit seinen Marken die jungen Zielgruppen begeistern will, muss neue Ideen entwickeln, um sie zu erreichen

16 KINDER-MEDIEN-STUDIE – Worauf Unternehmen bei der Ansprache der jungen Zielgruppe achten müssen

18 INTERVIEW – Die Initiatoren der Kinder-Medien-Studie über die sich wandelnden Lebenswelten und die Verknüpfung von on- und offline

24 WÄHLERISCH – Marken sollten nicht jedem Hype folgen, sondern eine zielgruppengerechte Marketingstrategie entwickeln

28 INFLUENCER – Meinungsmacher sorgfältig auswählen

MARKENFÜHRUNG

30 DIGITALMARKETING I – OWM fordert Nachbesserungen bei den digitalen Werbeformen, vor allem mit Blick auf die Brand Safety

34 DIGITALMARKETING II – Wie man bei digitalen Technologien Dauerbrenner von Eintagsfliegen unterscheidet

36 DIGITALMARKETING III – Ulrike von Mirbach, Mini, erklärt, warum auch im Digitalen der Nutzen für Kunden im Fokus stehen muss

38 DIGITALMARKETING IV – Conversational Interfaces sind ein Trend, auf den sich Marken einstellen müssen

40 DORNBRACHT – Armaturenhersteller setzt auf Produktion in Deutschland, Konzentration auf das Premiumsegment und Investition in Kunst

44 WACHSTUM – Marken dürfen sich nicht an Standards orientieren und müssen den Mainstream neu verstehen

- 46** HÄNDLMAIER – Firmenchef Franz Wunderlich erklärt, warum Tradition alleine nicht reicht und Innovation das A und O ist
- 50** 3 FRAGEN AN – Dr. Thomas Lange, Acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften
- 52** BEST PRACTICE – Rotkäppchen Sekt positioniert sich als Begleiter des Alltags und zelebriert seine Bodenständigkeit
- 54** ERIMA – Mit der Fokussierung auf Teamsport hat sich der Sportartikelhersteller zum wachsenden Mittelständler entwickelt

HANDEL

- 58** E-COMMERCE – Der Handel in der Netzökonomie scheint reduziert auf Amazon, aber Konsumenten wünschen sich etwas Neues
- 61** MYENSO – Neuer Online-Supermarkt möchte mit konsequenter Kundenzentrierung und Mitgestaltungsmöglichkeiten punkten

RECHT

- 64** PRODUKTPIRATERIE – Paul Maier, EUIPO, erklärt, warum Fälschungen Innovation behindern und Sensibilisierung wichtig ist
- 68** APP STORE – Cyber-Kriminelle entwickeln immer häufiger unrechtmäßige Apps, um gefälschte Markenware zu verkaufen
- 70** NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen

SERVICE

- 71** KURZMELDUNGEN / PEOPLE / EVENTS
- 74** VORSCHAU / IMPRESSUM

In dieser Ausgabe befindet sich eine Beilage der PULS Marktforschung GmbH. Wir bitten um Beachtung.

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



46 Händlmaier: Nr. 1 bei süßem Senf



54 Erima: Erfolgreich im Teamsport



64 EUIPO: Produktpiraterie im Fokus