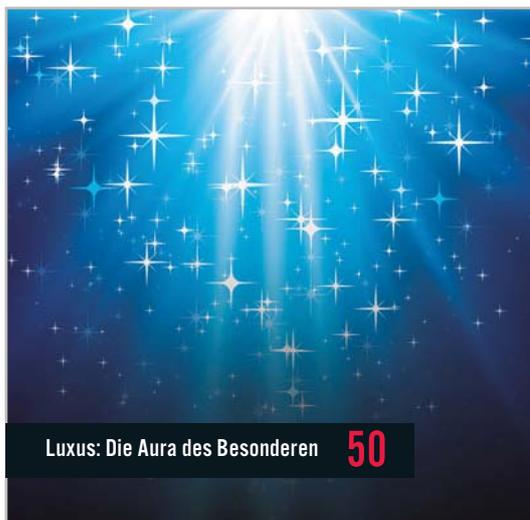


INHALT

4



Beauty-Marken: Inspirierende Schönheit **12**



Luxus: Die Aura des Besonderen **50**



Lebensbaum: Bio aus Überzeugung **58**

NEWS

6 KONSUMENTEN FÜHLEN SICH SICHER / LUXUS: ONLINE TREIBT WERBEMARKT / WERBEWIRTSCHAFT POSITIV GESTIMMT / MEHR GELD FÜR CONTENT MARKETING / DEUTSCHE SIND DIGITAL UNTERWEGS / BCM: AUDI ERFOLGREICHSTER KUNDE / UPDATE: MEDIA-AGENTUR-VERTRAG / GOOGLE IST AM WERTVOLLSTEN / CONTENT MARKETING-SCHOCK DROHT

KOSMETIKBRANCHE AUF NEUEN WEGEN

- 12** INTERVIEW – VKE-Präsident Stephan Seidel erklärt, weshalb die Branche mehr Multichannel-Erlebniskonsum braucht
- 18** KOMMUNIKATION – Wie Beauty-Werbung durch mehr Gesellschaftsrelevanz, Storytelling und Orientierung wieder nutzerrelevant wird
- 20** KUNDENWUNSCH – Anker des Vertrauens und weniger Komplexität
- 24** MANAGEMENT – Firmen brauchen eine Zeitkultur, die produktiv macht
- 26** GUT, WAHR, SCHÖN – Warum die alte Verbindung von Schönheit, Tugend und Wahrhaftigkeit heute gefragter ist denn je
- 28** SISLEY – Für die Marke sind Kontinuität, Langfristigkeit und Glaubwürdigkeit zentral, Ziel sind beste Qualität und höchste Wirksamkeit
- 32** 3 FRAGEN AN – Klaus Hoffmeister, Generalzolldirektion
- 34** PRODUKTPIRATERIE – Konsumenten kaufen Markenfälschungen vor allem wegen des Preises und blenden Probleme aus
- 37** HEINZ-GLAS – Der Flakonhersteller setzt auf Qualität und Innovation
- 42** DUFTSTARS – Thierry Wasser, Guerlain, verbindet Tradition & Moderne
- 46** BAREMINERALS – Die Marke will aus Kundinnen Freundinnen machen

MARKENFÜHRUNG

- 50** LUXUS & LIFESTYLE I – Werte kennen und Kunden richtig ansprechen
- 53** LUXUS & LIFESTYLE II – Digitale Kanäle konsequent bespielen
- 56** LUXUS & LIFESTYLE III – Nahtloses Erlebnis über alle Touchpoints

58	LEBENSBAUM – Transparenz und ein Bekenntnis zu Nachhaltigkeit als Erfolgsgründe für eine »Wirtschaft der Zukunft«
62	BRANDED ENTERTAINMENT – Das Geschäft mit Produktplatzierungen in Musikvideos hat sein Nischendasein verlassen
66	EMPLOYER BRANDING – Warum Markenmanager handeln müssen, damit sie im War of Talents punkten können
68	SECOND SCREEN – Die Parallelnutzung von TV und Online steigt, Kampagnen müssen deshalb für mehrere Screens geplant werden



RECHT

72	EU-DSGVO – In Europa treten 2018 neue Datenschutzregeln in Kraft. Was die Marken- und Werbewirtschaft dazu wissen muss
74	GEOBLOCKING – Im europäischen Binnenmarkt sollen künftig digitale Inhalte grenzüberschreitend zugänglich sein
76	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen



SERVICE

77	KURZMELDUNGEN
78	PEOPLE
79	EVENTS – Markenverband Verbraucherjournalistenpreis / GreenTec Award/ Joy Trend Awards / Duftstars 2016
82	VORSCHAU / IMPRESSUM



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