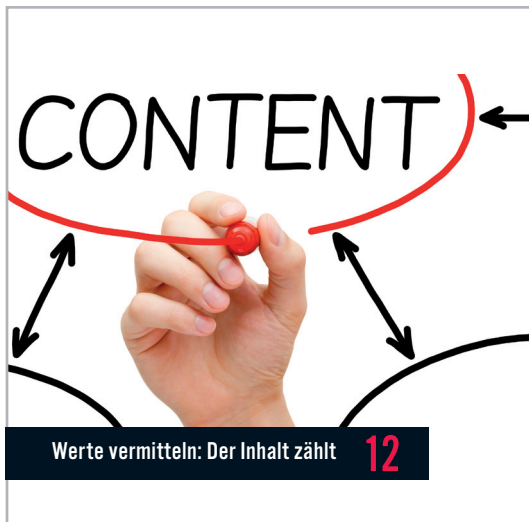


INHALT

4



Werte vermitteln: Der Inhalt zählt **12**



Hörfunk: Marken im Radio richtig inszenieren **26**



ITF Germany: Düfte in der Nische **42**

NEWS

6 FACEBOOK AM BELIEBTESTEN / DIGITALISIERUNG: POTENZIAL NUTZEN / ADBLOCKER STÄNDIG AKTIVIERT / LUXUSMARKEN: MONTBLANC VORN / GRÜNE MARKEN / ATTRAKTIVSTE ARBEITGEBER / MEHRHEIT IST MOBIL / JEDER ZWEITE SHOPPT GERN / CLICK & COLLECT BELIEBT / BÜRGER TRAUEN KMU / MOBILE INTERNETWERBUNG WÄCHST

CONTENT MARKETING

12 QUO VADIS? – Unternehmen produzieren mehr Inhalte als je zuvor. Droht nun der Content-Schock?

14 INHALT ZÄHLT – Content Marketing-Anbieter über den Relevanzanspruch der Konsumenten, Content-Wüsten und Glaubwürdigkeit

20 STRATEGIE – Warum es sich lohnt, neue Formate und Kanäle auszutesten, wenn sie für die Marke vielversprechend sind

24 ALLIANZ – Geschichtengeprägtes Content Marketing zahlt positiv auf die Marke des Versicherungskonzerns ein

MARKENFÜHRUNG

26 HÖRFUNK I – Wie Funkwerbung in Zukunft punkten kann, fragten wir Marketingexperten bei der Deutschen Bahn und Flensburger

30 HÖRFUNK II – Warum Radio eine verlässliche, den Tagesablauf strukturierende, stimmungsbezogene Grundierung des Alltags bleibt

34 HÖRFUNK III – Vermarkter sprechen über die Aktivierungskraft von Radio, Touchpoint-Vielfalt und den intermedialen Wettbewerb

38 HÖRFUNK IV – Die Sender müssen ihr lineares Programm fit für die Zukunft machen. Die bloße Verlängerung ins Internet reicht dabei nicht

40 HÖRFUNK V – Audio Branding soll Marken differenzieren und emotionalisieren. Projekt ABC_DJ will das Herangehen professionalisieren

42 ITF GERMANY – Der Distributeur und Kosmetikerhersteller hat mit der Marke Laura Biagiotti viel vor und plant weitere Zukäufe

46 NACHHALTIGKEIT – Im Bereich Körperpflege fehlt den Konsumenten oft das Wissen, um eine fundierte Entscheidung zu treffen

50	VKE-TREFF – Der Wandel durch die Digitalisierung sorgt für frischen Wind in der Kosmetikbranche
54	3 FRAGEN AN – Jakob von Uexküll, Gründer des Alternativen Nobelpreises und des Weltzukunftsrats
56	KAKOII – Mit den Agenturchefs sprachen wir über Systemdenken, Neuromarketing und ihre Liebe zu Familienunternehmen
58	IKONISCHE MARKEN – Was macht sie aus? Wie haben sie diesen Status erlangt? Dafür gibt es zentrale Regeln
61	WERTE – Um Fehlverhalten vorzubeugen, sollten Manager ein ethisches Wertegerüst im Unternehmen verankern
64	VIEBROCKHAUS – Der Massivhaus-Anbieter bietet für jedes seiner Häuser ein individuelles und sichtbares Merkmal an: den Eckstein
RECHT	
66	PRODUKTPIRATERIE – Marken, die gegen Fälschungen im Web vorgehen, müssen Besonderheiten der Digitalwelt beachten
68	NEWS – Neuigkeiten aus dem Rechtswesen
SERVICE	
70	KURZMELDUNGEN
71	PEOPLE
72	EVENTS – VKE-Treff/ Red Dot Gala / Best of Content Marketing / German Brand Award
75	VORSCHAU / IMPRESSUM
<p>Täglich Marken-News auf unserer Website www.markenartikel-magazin.de und auf Twitter unter @markenartikler</p>	

