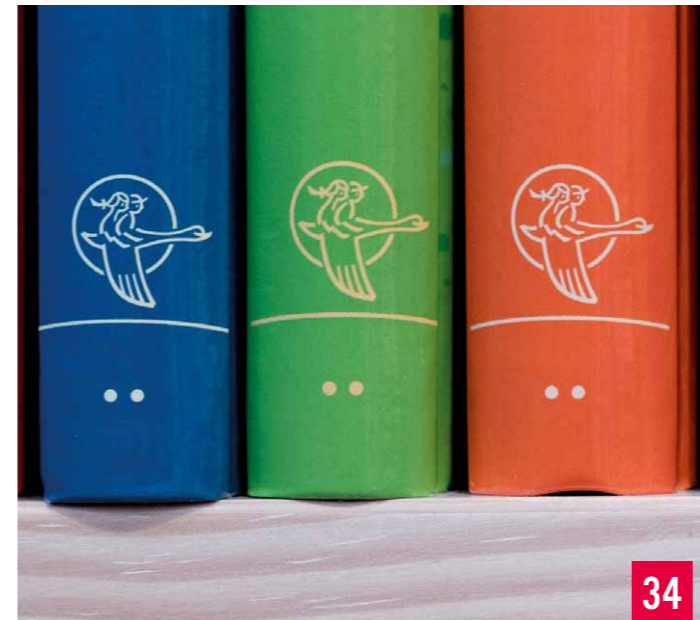


12



34



42

NEWS

- 6** Werbekmarkt wächst wieder
OWM-Vorstand: Uwe Storch bleibt Vorsitzender
Inflationsangst verändert den Konsum
Unternehmen sollen nachhaltig handeln
Kennzeichnung von Werbung gewünscht
Gen Z hat klare Erwartungen an Marken
Geschwindigkeit wird zum wichtigen Treiber im Marketing
Kosmetikbranche bündelt Kräfte für nachhaltiges Handeln
Kilians Markenlexikon



52

ZUKUNFT DES DIGITALMARKETINGS

- 12** BRAND SAFETY – Wie gelingt eine sichere Platzierung von Werbung? Fragen an Teekanne und AEG/Electrolux
- 16** SICHERHEIT – Gerade in dynamischen Zeiten sollten Unternehmen ihre Strategie für Brand Safety und Brand Suitability auf den Prüfstand stellen
- 19** TARGETING – Wie richtet man sich an eine spitze Zielgruppe und erschließt gleichzeitig neue Kundengruppen?
- 22** POST-COOKIE-ÄRA – Das Ende der Drittanbieter-Cookies rückt näher. Wie können sich Werbetreibende vorbereiten?
- 24** CHOICE-DRIVEN-ADVERTISING – Den Konsumenten Werbung aufzudrängen, ist nicht mehr zeitgemäß
- 26** INTERVIEW – Wie Choice-Driven-Advertising die Nutzerzentrierung bei der Ausspielung von Werbung erhöhen kann
- 28** METAVERSE – Die virtuelle Welt bietet Marken die Chance, zur besten Version ihrer selbst zu werden
- 30** VIRTUELLE REALITÄT – Wie können Werbetreibende die Potenziale des Metaverse nutzen? Markenverantwortliche bei Telekom, Nespresso und Pernod Ricard geben Einblick

Fotos: OnlineMarketing... ©iStock Photo, Hanses Garnelen, Oetinger Verlag, Longstock.atoblie.com

MARKENFÜHRUNG

- 34** OETINGER VERLAG – Der inhabergeführte Kinderbuchverlag ist mit bekannten Autoren wie Astrid Lindgren, Kirsten Boie und Paul Maar fest im Markt verankert
- 38** CHANGE BY BRAND – Die Marke hat das Potenzial, zum Change-Treiber und zum Orientierungs- und Handlungsrahmen für die Transformation zu werden
- 41** TOP-OF-MIND – Diese Marken werden am besten erinnert
- 42** EMOTIONAL BRANDING – Welche Gefühle lösen Marken aus? Und welchen Impact hat das auf die Markenstärke?
- 46** BRAND SLAM – Die Relevanz der Gewährleistungsmarke für die Markenführung
- 48** BRÜCKENBAU MARKE – Augmented Reality und Markenstärke
- 50** 3 FRAGEN AN – Dr. Bernd Nauen, ZAW, über DSA und DMA
- 52** HANSE GARNELEN – Firmengründer will Nahrungsmittel produzieren, die den Anforderungen der Zukunft gerecht werden

HANDEL

- 55** NACHHALTIGKEIT – Der Handel muss mit den Markenpartnern Konzepte für die Zukunft entwickeln

RECHT

- 59** FIKTIVE CHARAKTERE – Wer für seine Marke ein Maskottchen einsetzen will, muss aufpassen. Bei der Verwendung von fiktionalen Charakteren gibt es einige Grundregeln zu beachten

SERVICE

- 61** LESETIPPS
- 62** PERSONEN
- 64** EVENTS – Best Brands 2022 / VKE Summit Nachhaltigkeit / Prix de Beauté / Best Managed Companies / PlakaDiva
- 67** VORSCHAU / IMPRESSUM



Täglich News auf
markenartikel-magazin.de



Folgen Sie uns auf
LinkedIn



markenartikel mobil
als App