

Inhaltsverzeichnis

1	Ist Influencer-Marketing wirklich neu?	1
	Marlis Jahnke	
2	Wie sieht das Marketing im Influencer-Zeitalter aus?	15
	Regina Brix	
3	Markenstrategischer Fit im Influencer-Marketing: Die Marke im Spannungsfeld zwischen Kontinuität und Freiheit	53
	Annette Bruce und Christoph Jeromin	
4	Influencer-Marketing ist nicht nur Instagram.	67
	Fabian Held	
5	Menschen vertrauen Menschen. Influencer in der B2B-Kommunikation	85
	Franziska von Lewinski	
6	Wie Unternehmen aus Micro-Influencern Co-Marketer machen	107
	Melanie Lammers	
7	Fallbeispiele: Influencer-Marketing-Cases aus 12 Branchen	127
	Marlis Jahnke	
8	Was sind die medienrechtlichen Rahmenbedingungen des Influencer-Marketings? Kennzeichnung, Jugendschutz und Aufsicht.	161
	Thomas Fuchs und Caroline Hahn	
9	Welche weiteren rechtlichen Aspekte gibt es im Influencer-Marketing?	177
	Monika Sekara	
10	Wie geht das? Herausforderungen für Unternehmen, Agenturen und Influencer	211
	André Krüger	

XIII

11	Gemeinsame Sache – Warum es für Creator so wichtig ist, Netzwerke zu bilden und Kontakte zu knüpfen. Und wie man es richtigmacht	237
	Moritz Meyer	
12	UNGEfragt – Creator und Manager über den alltäglichen Wahnsinn im Influencer Marketing	257
	Hendrik Martens und Simon Unge	
	Glossar	273