

# The Commercial Content Revolution (Will Not Be Televised)

**Wie Gaming, Virtual Reality und künstliche Intelligenz jetzt die Werbung verändern**

Ladenpreis: 41,00EUR

ISBN: 978-3-8006-7502-9

Verlag: Vahlen, Franz

Erscheinungsdatum: 17.10.2024

Autoren: Henning Norbert, Sievers Florian

## WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://shop.lexisnexis.at/the-commercial-content-revolution-will-not-be-televised-9783800675029.html>

## Details

### Das Buch über den Umbruch in der Werbung.

Als erstes deutschsprachiges Buch erklärt „The Commercial Content Revolution“ die fundamentale Veränderung, vor der die Werbebranche jetzt steht – und wie Agenturen und werbetreibende Unternehmen darauf reagieren können.

Interaktion, Immersion und Co-Creation auf Augenhöhe – darauf setzen die Generationen Z und Alpha beim Medienkonsum. Das kann lineares TV, offiziell immer noch Leitmedium, nicht leisten. Es verliert rasant an Relevanz, auch bei Älteren. Seinen Platz haben längst Social Media und Gaming eingenommen. Aber hier bleiben Marken bislang weit unter ihren Möglichkeiten.

Dieses Buch beschreibt, wie werbetreibende Unternehmen mit Commercial Content in den neuen Leitmedien Fuß fassen können – und worauf sie dabei achten müssen.

Markenkommunikation findet künftig außer in Social Media auf Gaming-Plattformen wie Roblox oder Fortnite und in erweiterten Realitäten statt, in denen sich interaktiver Content mit AR-Devices oder VR-Brillen erleben lässt. Gleichzeitig verändern neue Produktionstechniken wie Virtual Production mit LED-Studios, Volumetric Video und Digital Humans die Produktion von Commercial Content grundlegend. Und künstliche Intelligenz wird die Abläufe komplett auf den Kopf stellen – ganze Bereiche fallen weg, andere entstehen von Grund auf neu.

Ein Branchenprofi und ein Journalist analysieren in diesem Buch die Zusammenhänge und die Auswirkungen auf die Alle Preise inkl. MwSt. zzgl. Versand. Bei Bestellung im LexisNexis Onlineshop kostenloser Versand innerhalb Österreichs.

Werbebranche und ihre Geschäftsmodelle. Und sie öffnen Markenartiklern Türen in die neue Medienwelt zwischen Gaming, User Generated Content und XR und zeigen Anhand von zahlreichen Cases, was bereits möglich ist.

Mit Interviews mit Sara Lisa Vogl, Falk Ebert, Eno Henze und Isabelle „Isi“ Rogat, und einem Vorwort von Max Penk.

### **Die Autoren**

**Norbert Henning** arbeitet seit 25 Jahren in der Werbefilmbranche und wundert sich, dass TV immer noch Leitmedium ist, Marken Social Media kaum richtig nutzen und Gaming noch immer nicht in Marketingplänen stattfindet. Er sieht die Zeit gekommen für ein generelles Umdenken in der Werbung.

**Florian Sievers** ist freier Wirtschafts- und Kulturjournalist, Corporate-Publishing-Redakteur und Buchautor. Er schrieb und schreibt für Medien wie Capital, Wirtschaftswoche, Handelsblatt, Brand Eins, Spex oder Dummy und hat bereits mehrere Sachbücher verfasst und mit herausgegeben.

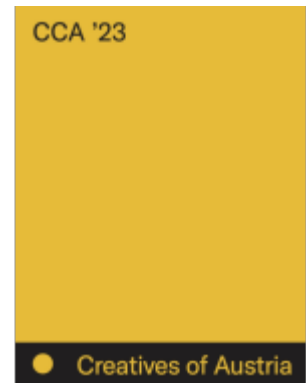
Wir haben andere Produkte gefunden, die Ihnen gefallen könnten!



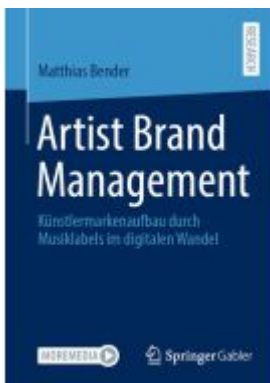
Krypto-Betrug erkennen und handeln  
Ladenpreis: 15,41EUR



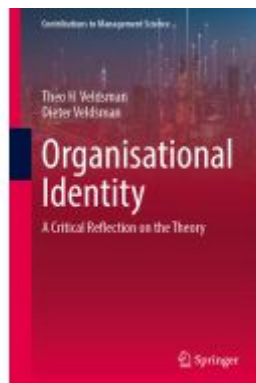
Emerging Green Theories to Achieve Sustainable Development Goals  
Ladenpreis: 153,99EUR



Creativ Club Austria-Annual 23  
Ladenpreis: 39,90EUR



Artist Brand Management  
Ladenpreis: 77,09EUR



Organisational Identity  
Ladenpreis: 164,99EUR



Liquiditätsplanung  
Ladenpreis: 41,11EUR



Starke Allianz  
Ladenpreis: 61,70EUR



Economic Microfoundations of Strategic  
Management  
Ladenpreis: 109,99EUR



Controlling & Management Review –  
Jahrgang 2022  
Ladenpreis: 87,37EUR



Marketing and AI: Shaping the Future  
Together  
Ladenpreis: 219,99EUR