

Authentische Werbung

Warum sie immer wichtiger wird

Jan Wittmann | Dogorama GmbH

Über mich & Dogorama

Jan Wittmann

- Seit 2014 aktiv im Bereich virtueller Communitys
- Einstieg in die Heimtierbranche 2020 mit **Dogorama**

Dogorama

- 2018: Einzug von Beagle-Hündin **Emma**
- 2020: Gründung von **Dogorama**
- Heute: Über 1 Mio. Mitglieder im DACH-Raum





Hartmut B.
Treuer Begleiter

vor 2 Minuten

Man sieht es nicht sofort, aber sie wartet auf das Gassigehen! 😊😊



 5

 Tierisch gut  Kommentieren 



Caro und Lucy
Treue Begleiterin

vor 2 Stunden

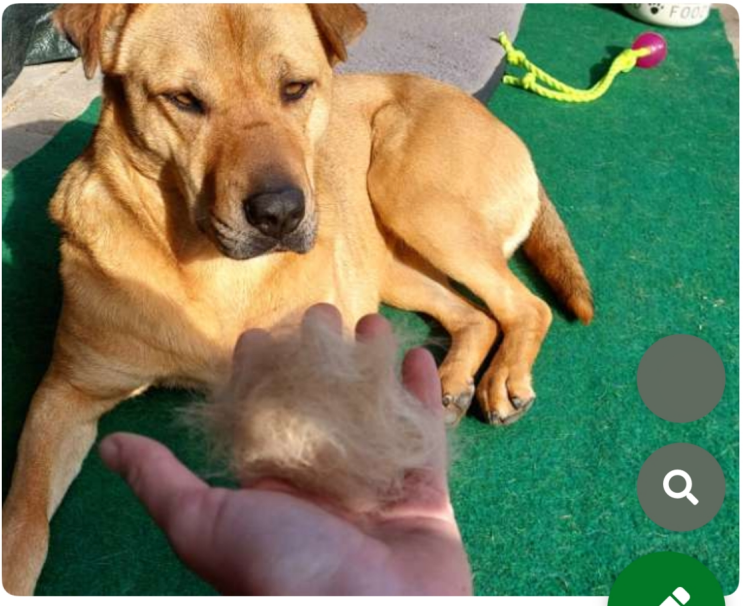
Hundebürste

(Falls es das Thema so schon gibt, sorry - hab nix gefunden)

Ihr Lieben,

Lucy hat komisches Fell. Das Deckhaar ist fest und glatt, vom Shar Pei ein wenig rauh. Dazu fluffige Unterwolle, die sie wer weiß woher hat. Quasi Robbenfell, von einmal ins Wasser fallen ist sie gar nicht richtig nass, gegen...

▼ Mehr anzeigen



Ausstattung & Zubehör

3 ... zuletzt vor 3 Minuten



Robert
Mit Kuno, aus Leipzig
📍 230 m



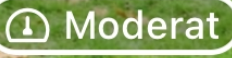
Anna, 28
Mit Ataya, aus Leipzig
📍 240 m

▶ Lektion fortsetzen

Anzeigen von Essbarem





 Moderat





Spieltreffen Shiba Inus
📅 Nach Absprache
📍 1,5 km • Leipzig



SpielFRIENDS kleine Hunde
📅 Nach Absprache
📍 860 m • Leipzig

 **DOGORAMA**
TESTBERICHT


4,8 von 5 Pfoten

SEHR GUT

Hundefutter Marke

Test lesen unter: dogorama.app/de-de/testbericht/XXX
Prüfnummer: XXX
Getestet: 09.2024



Witziges Rund um den Hund und H...
👥 1.664 Mitglieder
📄 3.205 Beiträge



Labrador
👥 20.447 Mitglieder
📄 7.908 Beiträge



Toffee
Leipzig
📍 3,2 km

 Suchmeldung



Giftköder
Leipzig
📍 4,6 km



Zentrum-Süd S-Bahn MDR
Leipzig
📍 960 m  4,5



Friedenspark
Leipzig
📍 1,3 km  4,9

1990er

Pionierphase

BANNER-ADS

POP-UPS

2000er

Such- und Display-Boom

GOOGLE ADS

DISPLAY-NETZWERKE

PRE-ROLL-VIDEO

2010er

Social & Programmatic

FACEBOOK/

INSTAGRAM-ADS

NATIVE ADS

INFLUENCER ADS

MARKETPLACE

2020er

Short Video

TIKTOK/SPARK ADS

CTV/OTT-ADS

CREATOR-/UGC-ADS

Wandel im Online-Marketing

Reichweite reicht nicht mehr, Vertrauen ist entscheidend

Früher

- **Fokus: Reichweite**
→ „Hauptsache gesehen“
- **Display/Banner** als Standard
- **Keine Beziehung** zum Konsumenten

Heute

- **Werbemüdigkeit:** User überspringen Ads
- **Ad-Blindness:** Werbung wird ignoriert
- **Steigende Kosten** pro Klick
→ weniger Effizienz

Zukunft

- **KI kopiert** erfolgreiche Kampagnen in Sekunden
- Designs, Texte und Ideen sofort **reproduzierbar**
- Marken werden **austauschbar**

Lovebrands

Sie schaffen Identität, wecken Emotionen und binden Kunden mit loyaler Leidenschaft.

Lovebrands



Mystik



Sinnlichkeit



Intimität



**Verant-
wortung**



Community

Lovebrands



Mystik

Die Marke erzählt Geschichten, vermittelt Werte und regt die Fantasie an. Durch Storytelling entstehen mythische Elemente, die das Produkt um eine Aura erweitern und Neugier wecken



Sinnlichkeit



Intimität



**Verant-
wortung**



Community

Lovebrands



Sinnlichkeit

Eine Lovebrand ist durch ein ganzheitliches Sinneserlebnis erlebbar. Design, Klang, Duft oder Haptik machen die Marke fühlbar



Mystik



Intimität



**Verant-
wortung**



Community

Lovebrands



Intimität

Enge Beziehungen entstehen durch Vertrauen, Empathie und geteilte Werte. Die Marke versteht ihre Kunden und reagiert auf ihre Bedürfnisse



Mystik



Sinnlichkeit



**Verant-
wortung**



Community

Lovebrands



Verantwortung

Eine Lovebrand steht zu ihren Werten – auch wenn es unbequem ist. Echtes Vertrauen entsteht, wenn Marken konsequent handeln statt nur zu werben. Verantwortung zeigt sich in Haltung, Transparenz und Glaubwürdigkeit.



Mystik



Sinnlichkeit



Intimität



Community

Lovebrands



Community

Eine Lovebrand lebt von den Menschen, die sie umgeben. Ohne echte Gemeinschaft kann keine Marke geliebt werden. Wer keine Menschen erreicht, die sich verbunden fühlen, bleibt austauschbar – denn Liebe entsteht nur durch Beziehung.



Mystik



Sinnlichkeit



Intimität



**Verant-
wortung**

**Wir schaffen eine Marke,
die man lieben kann!**

**Weil nur, wen man liebt,
für den ist man da,
für den kämpft man,
dem verzeiht man Fehler.**

DOGORAMA ALS LOVEBRAND

Klare Identität und Positionierung

Storytelling & Emotionen

Ganzheitliche Experience

Verantwortung

Community



Beispiel für Aufbau einer Lovebrand



**Eine Lovebrand verkauft
kein Produkt, sondern ein Gefühl.**