

INHALT HORIZONT 35/2016

AGENDA

HINTERGRUND



THEMA DER WOCHE: Warum Fußball-Bild diesmal erfolgreich sein kann. **4**

ARD-VORABEND: Mit dem Quiz kam die Wende zum Besseren. **13**

WERBEWIRKUNG: Auf dem HORIZONT-Gipfel diskutiert die Branche. **10**

CHECK24: Eine selbstproduzierte Sitcom soll die Marke stärken. **14**

TRUE FRUITS: Eine Out-of-Home-Kampagne mit schrägem Schweinkram. **10**

LIDL: Was ist eigentlich ein guter Preis? Darüber redet der Discounter wieder. **15**

LEUTE: Heiko Maas, Conrad Fritsch, Tina Müller, Ch. Cohrs/T. Azman. **12**

PUBLICIS PIXELPARK: Der neue Kreativchef Timm Weber über seine Pläne. **16**

HUAWEI: Der Chinese will kein Billigheimer sein, sondern Premium. **17**

SERVICEPLAN: Die Tochter Campaign X präsentiert ihre ersten Kampagnen. **18**



PRAXIS

KREATION

TV-MARKETING

STANDARDS



CONTENT MARKETING: Lieblingsmarken interessieren Verbraucher nicht. **19**

LURE MEDIA: Die Content-Agentur gibt ihr Debüt für Asics mit Elyas M'Barek. **21**

NUTZUNGSVERHALTEN: Fernsehsender müssen sich an Millennials anpassen. **25**

IMPRESSUM **38**
SPIESSER ALFONS **40**

CSR-KOMMUNIKATION: Schwache Noten für die deutschen Unternehmen. **19**

LEAD AWARDS: Markus Peichl stellt seine Favoriten aus der Ausstellung vor. **22**

BEWEGTBILDREICHWEITE: Messung konvergenter Werte ist ausbaufähig. **26**

WERBUNG: Gesammelte Highlights aus 60 Jahren TV-Spots. **28**

GASTBEITRAG: Die Politik will Media-agenturen nicht stärker regulieren. **20**

TV-PLANUNG: Diskussionen um Lösungen für die sinkende Nettoreichweite. **30**

KNOW-HOW: Studien zum Stellenwert und zur Nutzung von Fernsehen heute. **32**