

# INHALT HORIZONT 41/2016



## PRAXIS



**LUXUSMARKEN:** Das Fachgeschäft bleibt Nummer eins, Social Media kommt. **21**

**CONTENT MARKETING:** Companion listet die Defizite der Unternehmen auf. **22**

## KREATION



**VIRTUE WORLDWIDE:** Die Vice-Agentur launcht einen Kunstfilm für Mercedes. **23**

**GOOGLE:** Droga 5 und Heye machen die Werbung für das Smartphone Pixel. **24**

## AGENDA



**THEMA DER WOCHE:** Samsung in der Produkt- und Kommunikations-Krise. **6**

**ARBEITGEBER:** Fünf Verbände einigen sich auf eine gemeinsame Kampagne. **8**

**LUFTHANSA:** Content Marketing mit einer neuen Social-Media-Kampagne. **10**

**LEUTE:** Frank Thomsen, Jason Romeyko, Jan Honsel. **27**

## HINTERGRUND



**JOM:** Warum der ehemalige Mediacom-Vize Oliver Blecken die Seiten wechselt. **11**

**PRINT:** Die Verlage sind mit B4T zufrieden, Group M veranstaltet einen Summit. **12**

**WORT & BILD:** Der Diabetes-Ratgeber hat einen Komplett-Relaunch hinter sich. **14**

**DE'LONGHI:** Stephan Patrick Tahy führt drei Marken aus einer Hand. **17**

**AGENTUR:** Schlechte Stimmung bei den Kunden – das Vertrauen schwindet. **18**

**SALESFORCE:** Stan Sugerman über Marketing und Automatisierung. **20**

## AUTOMARKETING



**ELEKTROMOBILITÄT** war eins der Themen, die den Pariser Autosalon beherrscht haben – und die Industrie stark beschäftigen. Darüber sowie über Markt-, Medien- und Werbetrands der Autobranche berichtet HORIZONT auf 88 Seiten. **Automarketing 31–118**

## STANDARDS



**IMPRESSUM** **26**  
**BILDERSEITE** **29**  
**SPIESSER ALFONS** **30**