

# INHALT HORIZONT 44/2016



## AGENDA



## HINTERGRUND



**THEMA DER WOCHE:** Der Berliner Zeitungsmarkt, ein schwieriges Pflaster. 4

**HUBERT BURDA:** Die Ära des Verlegers als Präsident des VDZ. 12

**COMMERZBANK:** Die neue Kampagne für das Firmenkundengeschäft startet. 6

**STEPHAN HOLTHOFF-PFÖRTNER:** Wer ist der designierte Nachfolger Burdas? 13

**PORSCHE:** Grabarz übernimmt die Betreuung der Baureihe Cayenne. 8

**AMAZON:** Alexa und Co verändern das Internet und die Kommunikation. 14

**FOODBOOM:** Burda macht aus dem Koch-Video-Blog ein Printheft. 10

**FCB HAMBURG:** Das Führungstrio über Ziele und Pläne für die Agentur. 16

**LEUTE:** Peter Ruß, Norbert Facklam, Friedrich von Zitzewitz, Manfred Krug. 28

**CONSTANTIN FILM:** Ein Streit unter Gesellschaftern überschattet den Erfolg. 17

**MÜNCHENER MEDIENTAGE I:** Thesen und Debatten auf den Podien. 18

**MEDIENTAGE II:** Jürgen Scharrer über das Zeitalter der Algorithmen. 19

## PRAXIS



**BEST CASE:** Die Kassenärzte wollen das Bild des Arztes verändern. 20

**GASTBEITRAG:** Michael Dunker über Fehler beim Content Marketing. 22

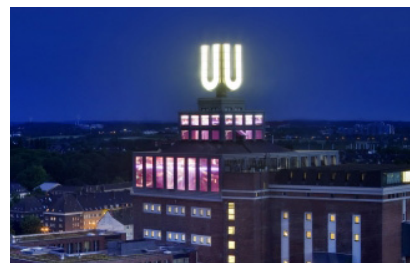
## KREATION



**VOLKSWAGEN:** Die Welt als Golf-Platz – Geschichten aus dem Werbealbum. 25

**ARCHIV/E:** Bloginhalte auf Papier, und das als Sammlerstück. 26

## KULTURMARKETING



**BEGRIFFLICHKEIT:** Kulturmarken funktionieren anders als Produktmarken. 29

**MAGAZINE:** Der Markt für Zeitschriften zu Kulturthemen ist eine breite Nische. 30

**TOURISMUS:** Richtig kommuniziert kann Kultur Reisende anlocken. 31

## BEWEGTBILD



**WERBEMARKT:** TV und Online-Video wachsen weiter. 36

**STREAMING:** Anbieter investieren immer stärker in Eigenproduktionen. 38

**AUSSENWERBUNG:** Digital Out-of-Home positioniert sich. 40

**AUTOBAUER:** Werbefilme werden immer aufwendiger in Szene gesetzt. 42

**ROI ANALYZER:** Der Zusammenhang zwischen Spendings und Umsatz. 44

**LIVE-VIDEO:** Markenartikler setzen auf die Wirkung gestreamter Inhalte. 46

**NEUE KANÄLE:** Die Fragmentierung im TV geht noch immer weiter. 50

**UMFRAGE:** Wie Mediaplaner die verschiedenen Screens einschätzen. 52

## STANDARDS



**IMPRESSUM** 28  
**BILDERSEITE** 55  
**SPIESSER ALFONS** 56