

INHALT HORIZONT 50/2016

AGENDA

HINTERGRUND



- THEMA DER WOCHE:** Werbung bei Breitbart und Co im falschen Kanal. 4
- WORT & BILD VERLAG:** Ein originelles Dankeschön an die Apotheken. 6
- FAKE-NEWS:** Publisher nehmen ihre Empfehlungs-Vermarkter in die Pflicht. 7
- CONTENT-VERBAND:** Nach Territory verlässt Journal International das CME. 8
- SCHIPPER:** Die Hamburger Agentur stellt ihr Management neu auf. 9
- LEUTE:** Rupert Murdoch, Sascha Pallenberg, Detmar Karpinski, J. Todenhöfer. 10
- RETAIL MEDIA:** Wie Amazon, Otto und Co den Werbemarkt erobern wollen. 11
- MINDSHARE:** Die neuen Chefs der Agentur über das Leben nach der Krise. 12
- INTERNET OF THINGS:** Was die neue Technologie fürs Marketing bedeutet. 14
- MOTOR PRESSE:** Volker Breid über die Zukunft des Autos und seiner Medien. 16
- THE TRADE DESK:** Das Unternehmen konsolidiert den Programmatic-Markt. 17
- GEOMARKETING:** Spezialdienstleister im Haifischbecken der Networkagenturen. 18



PRAXIS

KREATION

REPORT DESIGN

STANDARDS



BEST CASE: Wie die Deutsche Bahn die sportliche Jugend umwirbt. 20

ELBPILHARMONIE: Probleme sind Vergangenheit, das Haus wird zur Marke. 22

BRANDING: CD/CI-Spezialisten suchen den globalen Erfolg. 26

IMPRESSUM 28
SPIESSER ALFONS 32

CHATBOTS: Maxus startet eine Kampagne für den Spielepublisher Ubisoft. 21

HERMANN VASKE: Der Dokumentar- und Werbefilmer feiert ein Jubiläum. 24

RUNDRUF: Können deutsche Designagenturen international mitspielen? 27

MOBILE: Kreation ist wichtig für Wirkung – Ergebnisse einer BVDW-Studie. 21