

# INHALT HORIZONT 11/2017



## PRAXIS



**GASTBEITRAG:** Vinyl und Print – warum Haptik Premium ist. **20**

## KREATION



**FJORD:** Die Agentur verbindet Kommunikation und Customer Experience. **22**

## AGENDA



**D3CON:** Die Adtech-Spezialisten entdecken den Reiz der Reichweite. **5**

**BBDO:** Warum Andrew Robertson Frauen in kreativen Führungsjobs will. **6**

**LILLET:** Eine TV-Kampagne von Pernot Ricard für den Frauen-Aperitif. **8**

**LEUTE:** Peter Feld, Dieter Zetsche, Match Herceg, Bert Habets. **10**

## HINTERGRUND



**COMDIRECT:** Die Onlinebank stellt Media komplett auf Programmatic um. **11**

**P&G:** Mediachefin Susanne Kunz über ihre Markenkommunikation. **12**

**CAMBRIDGE ANALYTICA:** Was das Marketing von Donald Trump lernen kann. **14**

**KAMINCLUB:** In der HORIZONT-Runde erzählt die Marke Mammut ihre Story. **15**

**VDZ:** Stephan Scherzer über die Lage der Branche in digitalen Zeiten. **16**

**PERFORMANCE-AGENTUREN:** Spezialisten wollen raus aus der Nerd-Nische. **17**

**OPEL:** CMO Tina Müller über Rüsselsheimer Perspektiven in Paris. **18**

## FINANZMARKETING



**INNOVATION:** Die Bankfiliale der Zukunft ist digital und kundenorientiert. **26**

**SOCIAL MEDIA:** Über die Probleme von Banken in sozialen Netzwerken. **28**

**PRESSE:** Die Fachblätter des Wirtschaftsegments können nicht klagen. **30**

**FINANZEN:** Die Branche spart – auch bei den Werbespendings. **31**

**DIGITAL:** Der Shift zum Digital Banking wird kein Spaziergang. **32**

## DIGITALMARKETING



**INNOVATION:** Das Trendthema Smart Fashion erobert den Markt. **34**

**TECHNOLOGIE:** Wie Marken und Medien Amazons Sprachassistenten nutzen. **36**

**ADTECH:** Auf dem Markt der Dienstleister wird auf Konsolidierung gesetzt. **38**