

# INHALT HORIZONT 20/2017



## AGENDA



**DISCOVERY:** Olympia soll 24 Stunden am Tag im Free-TV laufen. **6**

**RAY SONO:** Der Maschinenbauer Voith übernimmt die Mehrheit der Agentur. **8**

**BLACKBERRY:** Key One soll der Schlüssel zur Renaissance der Kultmarke werden. **9**

**LEUTE:** Manfred Bissinger, Thomas Starz, Florian Stemmler, Malte Schwerdtfeger. **10**

## HINTERGRUND



**ETHNOMARKETING:** Wie FMCG-Hersteller Polen und Türken umwerben. **11**

**P7S1:** Sabine Eckhardt und Christof Wahl über die Datenstrategie des Konzerns. **12**

**DER SPIEGEL:** Thomas Hass über Kosten, neue Produkte und ehrgeizige Ziele. **14**

**SERVICEPLAN:** Crispy Content wird in den Berliner Standort integriert. **15**

**MILES & MORE:** Auch auf dem Boden sollen Kunden Meilen sammeln. **16**

**HUNKEMÖLLER:** Der Modehändler und sein Multichannel-Marketing. **17**

## PRAXIS



**WERBEBLOCKS:** Wie Marken im Gedränge der Spots Aufmerksamkeit erzielen. **18**

**VIRTUAL REALITY:** Der große Trend kommt in der Werbung noch nicht an. **18**

**SCHWEIZ:** Der Screenforce Day hat weiter an Relevanz gewonnen. **19**

**BIG DATA:** Mindshare-Manager Uwe Scheid über die Konferenz I-Com. **19**

## KREATION



**ADC:** Nach dem Festival – eine Bilanz des aktuellen Jahrgangs. **20**

**ADC-JUNIOREN:** Der Nachwuchs erweist sich als besonders kreativ. **22**

**AWARD SHOW:** Die Bilder vom ADC-Festival und von der Party auf Kampnagel. **23**

**AUDI:** Mit dem Lunar Quattro landet das Marketing auf dem Mond. **24**

## PREMIUMZIELGRUPPEN



**AUTOMOBIL:** Automarken suchen und finden Zielgruppen auf Kulturevents. **28**

**NEUHEITEN:** Wie große Verlagshäuser edle Zeitschriften-Nischen entdecken. **30**

**PRINT:** Media Impact identifiziert Luxus als Wachstumssegment. **32**

**FLUGHAFEN:** Laden- und Werbeflächen bewirken Abverkauf und Imageaufbau. **34**

## STANDARDS



**MARKT** **25**  
**IMPRESSUM** **26**