

INHALT HORIZONT 24/2017



AGENDA



THEMA DER WOCHE: P7S1 schnürt ein Joint Venture gegen Google. **4**

SYZYGY: Die Digitalagentur will Marken mit KI zum Sprechen bringen. **6**

XING: Das Netzwerk dient sich den Verlagen als Verkaufsplattform an. **7**

BURGER KING: Mit Grilled Dogs in die Produktoffensive gegen Ikea. **8**

HINTERGRUND



FACEBOOK: Warum Verlage die Plattform nicht als Medium sehen sollten. **11**

OPEL: Tina Müller über den neuen Claim und die Zukunft der Marke. **12**

GOOGLE: Der US-Riese ist Vermarkter und Mediaeinkäufer – ein Problem. **14**

FRANKFURTER NEUE PRESSE: Joachim Braun krepelt die Redaktion um. **15**

DIE ANGREIFER: Wolf Ingomar Faecks über die Agenturen in der Defensive. **16**

CRAFT BRANDS: Eine neue Generation von Marken fordert die Großen heraus. **17**

PRAXIS



MASCHINENBAU: Zum Jubiläum erzählt der VDMA originelle Geschichten. **18**

WERBEWIRKUNG: TV emotionalisiert? BamS emotionalisiert, sagt die BamS. **19**



KREATION

CANNES LIONS: Die Favoriten, die News, die Themen vor dem Festivalbeginn. **20**

YOUNG LIONS: Ein Besuch im deutschen Bootcamp für den Cannes-Nachwuchs. **22**

REGIONALE KOMMUNIKATION



KLEINANZEIGEN: Zeitungshäuser stellen sich Big Playern mit lokalen Strategien. **48**

START-UPS: Die Zusammenarbeit mit örtlichen Medien verläuft zögerlich. **50**

SPONSORING: Banken suchen Kundennähe und setzen auf regionale Schiene. **51**

STANDORT: Frankfurt will seine Attraktivität für die Kreativszene herausstellen. **52**

SCREENFORCE DAYS



HERAUSFORDERUNG: Die Gattung TV steht bestens da – und positioniert sich für die Zukunft. **30**

TREND: Addressable TV lässt immer ausgefeiltere Formate zu. **32**

PROGRAMM: Die Screenforce Days werden um Programmscreenings ergänzt. **34**

PORTRÄTS: Die an der Gattungsinitiative beteiligten Partner im Überblick. **36**

WIRKUNG: Der ROI-Analyser beinhaltet jetzt auch Süßwaren und Kosmetik. **43**

STANDARDS



**IMPRESSUM
MARKT** **24**