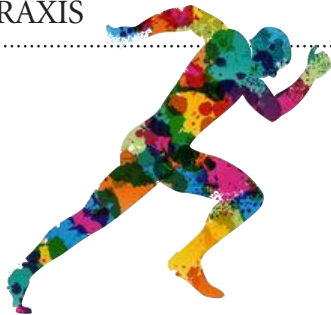


INHALT HORIZONT 2/2017



PRAXIS



STUDIE: Lünendonk über die Konkurrenz von IT-Beratungen und Agenturen. **22**

E-PRIVACY: Untersuchung über die Folgen der geplanten Digitalverordnung. **23**

KREATION



KREATIVWETTBEWERBE 2018: Die wichtigsten Awards des Jahres. **26**

MONDBERGE: Das Magazin über Umweltschutz spielt mit Drucktechniken. **27**

AGENDA



THEMA DER WOCHE: Wie Die Welt um Aufmerksamkeit buhlt. **4**

WERBEKONJUNKTUR: Vermarkter rechnen mit steigenden Erlösen. **6**

HORNBAACH: Baumarktkette liefert zu Jahresbeginn ein Markenstatement ab. **8**

DEBATTE: TV-Vermarkter wehren sich gegen Alexander Ewig. **10**

ÜBERNAHME: RTL kauft das schwedische Netzwerk United Screens. **10**

LEUTE: Dominik Matyka, Christian Bachem, Gary S. Laben, Iris Mayer. **12**

HINTERGRUND



TRENDS: HORIZONT wagt einen Forecast auf 2018. **13, 14, 15**

GOOGLE: Der ADC wagt in Mountain View einen Blick in die Zukunft. **16**

HIRSCHEN GROUP: CEO Martin Blach über die Entwicklung der Agentur. **17**

SCORE MEDIA: Heiko Genzlinger will Neukunden-Umsatz verdoppeln. **18**

HELLOFRESH: Nach dem Börsengang startet das Unternehmen eine Kampagne. **19**

SPIEGEL I: Der Verlag stellt die Weichen für neue Umsätze. **20**

SPIEGEL II: SpON-Chefredakteurin Barbara Hans über Qualitätsjournalismus. **21**

MEDIA-AGENDA 2018



THEORIEN: Die perfekte Mediaplanung – und teilweise absurde Versprechen. **33**

MEDIAAGENTUREN: Individualisierung, Werbemarkt, Digital und Paid Content. **34**

DIGITALTRENDS: Millward Brown mit Themen, die uns 2018 beschäftigen. **35**

INTERVIEW: Georg Franck über Medien, Marken und Aufmerksamkeit. **36**

PRINT: Gedruckte Medien genießen Vertrauen, schrauben aber an Qualitäten. **37**

RADIO UND TV: Welchen digitalen Herausforderungen sie gegenüberstehen. **38**

UMFRAGE: HORIZONT hat Media-Entscheider zu ihrer Agenda 2018 befragt. **40**

STANDARDS



IMPRESSUM **30**

MARKT **31**