

# INHALT HORIZONT 10/2018



## AGENDA



## HINTERGRUND



**THEMA DER WOCHE:** Der ÖR-Rundfunk nach der Schweizer Abstimmung. 4

**BEIERSDORF:** Der Nivea-Konzern verfolgt stoisch seine Markenstrategie. 11

**TELEKOM:** Der Magenta-Konzern launcht eine Flatrate ohne Datendrosselung. 6

**E-PRIVACY:** Die beiden Datenallianzen stehen kurz vor dem Markteintritt. 12

**WAVEMAKER:** Hupf muss schon wieder gehen, Brüll übernimmt. 8

**WAIPU.TV:** Der Streamingdienst testet T-Commerce-Kampagnen mit Amazon. 13

**GROSSO:** Die Kleinverlage kritisieren die neue Branchenvereinbarung. 9

**DIESEL-FRUST:** Die angekündigten Fahrverbote nerven Kunden und Hersteller. 14

**LEUTE:** Marc Pritchard, Lars Wöbcke, Veit Dengler, Sven Küster. 10

**TERRITORY:** Die Tochter Embrace definiert das Employer Branding neu. 15

**FRAUEN:** WPP über den Gender Pay Gap – in Deutschland fehlen Zahlen. 16

**WPP:** Die Werbeholding schwächelt – aufgrund hausgemachter Probleme. 17

**VERLAGE:** Bauer und Funke schmieden die neuen Allianzen der Branche. 18

**GWA EFFIE:** Der Wettbewerb integriert die Kategorien B2B und Health. 19

## PRAXIS



**PROGRAMMATIC:** Ein Best Case von Mastercard und Otto Group Media. 20

**BRAND TICKER:** Die Postbank legt am stärksten zu, TUI stürzt ab. 21

## KREATION



**VOGUE:** Das Modemagazin zeigt sich in größerem Format und neuem Look. 23

**WERBEFILM:** Eine internationale Bewegung fördert weibliche Regisseure. 24

## REISEN & TOURISTIK



**MARKT:** Anhaltender Kreuzfahrt-Boom pusht den deutschen Reisemarkt. 25

**WERBUNG:** Die kommunikative Ansprache setzt öfter auf Humor. 26

**EXKLUSIVUMFRAGE:** Gefühl von Sicherheit beeinflusst die Wahl des Reiseziels. 27

**KUNDENMAGAZINE:** Touristik-Unternehmen produzieren eigene Produkte. 28

## MEDIASTRATEGIE



**TV:** Spitzenreiter unter den Werbeträgern erhält Kritik an Preispolitik. 36

**INTERVIEW:** Essence-CEO Christian Leipacher über das Mediabusiness. 38

**RADIO:** Sender werden gefordert, sich für Programmatic Advertising zu öffnen. 40

**PRINT:** Wie Auflage & Umsatz von Printmedien gesteigert werden können. 42

**ONLINE:** Agof setzt mit Daily Digital Facts Forderungen um. 45

## DIALOG



**SMART SPEAKER** Sprachassistenten sollen die Wirklichkeit erweitern. Doch sie verstehen die Nutzer zu wenig. 6

**PREVIEW 2030:** Konsumenten gewinnen in der digitalisierten Welt an Freiheit und Einfluss. 8

**GAMIFICATION:** Wie sich Kunden mit spielerischen Mitteln erreichen und verführen lassen. 14

## STANDARDS



**IMPRESSUM** 30

**MARKT** 31

**BILDERSEITE** 32