

**HORIZONT REPORT
"Interkulturelles Marketing"
in HORIZONT 15 vom 10. April 2008**

Anzeigenschluss: 6. März 2008
Druckunterlagenschluss: 3. April 2008

- vorläufiger Themenplan -
- Änderungen/Ergänzungen vorbehalten -

Kiosk international:

Über das wachsende Angebot fremdsprachiger Medien in Deutschland.

Community:

Türkische Zielgruppen werden auch im Internet von speziellen Angeboten bedient. Was zeichnet die wichtigsten Sites aus?

Neuland:

Hörfunksender entdecken vor allem in Ballungsräumen die Bedeutung türkischer Hörer. Welche Entwicklungen zeichnen sich bei den Programmen und ihrer Vermarktung ab?

Russischsprachige Medien in Deutschland:

Was ist die Basis für einen dauerhaften Erfolg im Lesemarkt?

Spezialisten:

Worauf kommt es bei der Vermarktung ausländischer Medienangebote an?

Heimatgefühl:

Vor allem Finanzdienstleister, Händler und Autohäuser haben die Vorteile einer spezifischen Ansprache ausländischer Kunden bereits entdeckt. Welche Strategien sind erfolgreich?

Leserwerbung auf neuen Wegen:

Können deutsche Zeitungen mit einer gezielten Ansprache ausländischer Leser dem Auflagenschwund entgegensteuern?

Geänderte Blickwinkel:

(Wie) Können (Media-)Agenturen in Deutschland das Potenzial ausländischer Konsumenten durch verbesserte Zielgruppenansprache ausschöpfen?

MEHR WISSEN. BESSER ENTSCHIEDEN.

