

HORIZONT – Report

„Mediaplanung 1“ in HORIZONT 11/08 vom 13. März 2008

Vorläufiger Themenplan – Auszüge (Ergänzungen/Änderungen vorbehalten)

SCHWERPUNKT: Die Zukunft des Mediageschäfts

Weg vom Buchhalterimage: Mediaagenturen reklamieren Kreativkompetenz

Heiraten ohne den Kuppler: Sind direkte Kooperationen zwischen Kunden und Vermarktern ein Vorgeschmack auf eine Zukunft ohne Mediaagenturen?

KNOW – HOW:

- Mediennutzung vor einem grundlegenden Veränderungsprozess
- Phasen der Markenbeziehung
- Die Zielgruppe der LOHAS – die große Hoffnung des Marketings

MEDIAPRAXIS:

- Engagement als neue Messgröße der Kommunikationsleistung
- Die VuMA 2008 mit TV-Nutzungsdaten auf Basis des Werbemittelkontaktes
- Lässt sich CRM nutzen, um die Planung zu verfeinern?
- Kommunikation mit den Verweigerern

PRINT

- Über das Für und Wider der Einführung saisonaler Anzeigenpreise
- Zeitungen suchen nach Möglichkeiten, ihr Geschäftsmodell den sich verändernden Bedingungen im Kommunikationsmarkt anzupassen

TV

- Eine erste Bilanz: Die neuen Buchungsmodelle
- Welche neuen Werbemöglichkeiten eröffnet die Überarbeitung der EU-TV-Richtlinie?

Anzeigenschluss: 21. Februar 2008

Druckunterlagenchluss: 6. März 2008

Ihr Kontakt bei HORIZONT:

Anzeigen

Manfred Winter
Tel. 069 7595 1871
winter@horizont.net

Redaktion

Dr. Jochen Zimmer
Tel. 069 7595 2699
zimmer@horizont.net

MEHR WISSEN. BESSER ENTSCHEIDEN.

