

INHALT HORIZONT 50/2017



AGENDA



HINTERGRUND



THEMA DER WOCHE: Dank Online wächst der Werbemarkt auch 2017. **4**

AUDI: Ein breiter Auftritt für die G-Tron-Flotte des Autoherstellers. **6**

ONLINE-WERBUNG: Seven-One Media rechnet nach Viewability ab. **6**

MERCEDES-BENZ: Autohersteller überprüft auch globale Media-Aktivitäten. **8**

LEUTE: Volker Bredt, Matthias Meusel, Coordt von Mannstein, Andreas Siefke. **10**

WEIHNACHTEN: Die TV-Nutzung ist auch ohne Weihnachtsfilme hoch. **11**

ZALANDO: Modehändler auf der Suche nach der Balance in seiner Werbung. **12**

C3: Was den neuen CEO Adel Gelbert an der CM-Debatte nervt. **14**

PRO SIEBEN SAT 1: TV-Gruppe mit Details zum geplanten Umbau. **16**

AXEL SPRINGER: Jan Bayer über die Digitalstrategie des Medienhauses. **18, 20**

HORIZONT-STIFTUNG: Stiftungs-Jury kürt die Preisträger des Jahres 2017. **2**

PRAXIS



E-PRIVACY: Interview mit Datensicherheits-Experte Christopher Reher. **24**

NACHHALTIGKEIT: Verbraucher achten zunehmend auf das Image der Marke. **26**

KREATION



KREATIVRANKING 2017: Die wichtigsten Thesen zur Award-Saison. **27–30**

MARKTPLATZ SCHWEIZ



SMDH: Wo die neue Schweizer Onlineforschung steht. **38**

BEWEGTBILD: Struktur und Zukunft des Schweizer Marktes. **40**

JOINT VENTURE: NZZ-Mediengruppe und AZ Medien bündeln Regionalmedien. **42**

SCREENFORCE: Die Gattungsinitiative wirbt für TV-Werbung und ihre Homepage. **44**

DIGIMONITOR 2017: Whatsapp liegt bei jungen Zielgruppen klar vorn. **44**

MEDIAAGENTUREN: Weniger Geld für Media – Dienstleister wachsen doch. **46**

STANDARDS



IMPRESSUM **32**
MARKT **33**
BILDERSEITE **34**