

INHALT HORIZONT 14/2018



AGENDA



HINTERGRUND



THEMA DER WOCHE: Die Werbewirtschaft zaudert, Facebook handelt. **4**

RANKING: Bei den Inhaberagenturen baut Serviceplan den Vorsprung aus. **11**

MA AUDIO: Klassik Radio macht einen großen Sprung bei der Reichweite. **6**

SCORE MEDIA: Personalwechsel und Gerüchte belasten den Vermarkter. **12**

WAVEMAKER: Jetzt verliert die Agentur auch noch den Kunden Otto. **8**

SERVICEPLAN: Psychologisches Targeting ersetzt die Soziodemografie. **13**

CARSHARING: Mercedes und BMW machen gemeinsame Sache. **9**

ADBLOCKING: Adblocker und Anti-Adblocker profilieren sich als Vermarkter. **14**

LEUTE: Martin Renaud, Susanne Marell, Gabriele Mühlen, Judith Kleinemeyer. **10**

MYENSO: Wo die Kunden über das Angebot des Onlineshops entscheiden. **15**

STUDIEN: Die Verbände verschärfen die Regeln der Reichweiten-Forschung. **17**

TRACK: Phillip Schilling fordert Kreativität in neuem Kontext. **18**

PRAXIS



ADAC: Der Verkehrsclub zieht eine Bilanz der Kampagne „Don't call Mom“. **20**

GAF: Pilot-Geschäftsführer Uli Kramer über die Thesen von Scott Galloway. **21**

KREATION



MUTABOR: Die Hamburger Designagentur erfindet sich mal wieder neu. **22**

ADBUSTING: Der Künstler Vermibus zerstört Werbeplakate – und wird gefeiert. **24**

MUSIKMARKETING



INSTRUMENTENMARKT: Hersteller wollen Jugend für die Gitarre begeistern. **25**

KREATION: Um eine junge Zielgruppe anzusprechen, setzen Marken auf Pop. **26**

PRODUKTIONSMUSIK: Traditionsunternehmen treffen auf neue Player. **28**

FESTIVALS: Live Nation gewinnt mit VR und Livestreams neue Kooperationen. **28**

STANDARDS



IMPRESSUM **29**
MARKT **30**