

INHALT HORIZONT 35-36/2021



AGENDA

- Galeria:** Marketingchefin Alexa Deters über ihren Job und den neuen Markenauftritt. **8**
- Werbewirkungsgipfel:** Debatten über TV-Werbepreise und Cookie-Aus. **10**
- Freenet:** Pop-Titan Dieter Bohlen wird CEO. **10**
- ING:** Was beim neuen Markenauftritt verschwindet und was bleibt. **10**



Susanna Eiber, CMO von Mini, im Interview

SEITE 35

MOBILITÄT & MARKT

- IAA Mobility:** Ein Event erfindet sich neu – mitten in der Pandemie. **12**
- Mobilität der Zukunft:** Deloitte-Experte Andrey Berdichevskiy denkt breiter. **14**
- Gastkommentar:** Auto-Papst Ferdinand Dudenhöffer über die neue IAA. **16**
- Vier Erkenntnisse:** Was den Pkw-Markt derzeit treibt. **17**
- Mobility as a Service:** Gabriel Seiberth, Accenture, kommentiert fünf Thesen. **18**
- Gegen die Langeweile:** Autos werden zu rollenden Entertainment-Centern. **20**
- Digitaler Autokauf:** Diese 21 Schritte durchlaufen Kundinnen und Kunden. **22**
- Mobilitätsmessen:** Es gibt nur die IAA? Von wegen. Fünf Beispiele. **26**
- E-Kommunikation:** Wie Menschen von E-Mobilität überzeugt werden können. **28**
- Greentech Festival:** Wie Hersteller die Plattform nutzen. **30**
- Werbemarkt:** Das erste Halbjahr in fünf Grafiken. **32**

MARKEN & MODELLE

- Mercedes-Benz:** „Electric only“ bedeutet für das Marketing eine Feinjustierung. **34**
- Mini:** Susanna Eiber ist die neue CMO für den deutschen Markt. Ein Gespräch. **35**
- Volkswagen:** Cariad ist die jüngste Marke des Konzerns und das neue Gehirn. **36**
- Audi:** Die edle Marke entdeckt neue Räume für sich. **38**
- Stellantis:** Deutschlandchef Amaury de Bourmont über die E-Offensive. **40**
- Jaguar Land Rover:** Der britische Hersteller baut an einer nachhaltigen Zukunft. **42**
- Lynk & Co:** Wieso für Kreativchef Robin van der Kaa die Community wichtig ist. **46**
- Mazda:** Die japanische Marke verabschiedet sich vom Streuverlust. **48**
- Polestar:** Die Marke will mit Recycling, Nachhaltigkeit und Design punkten. **49**
- Cupra:** Die junge Seat-Marke ist selbstbewusst. Das zeigt der Born. **50**
- Opel:** Die Blitzmarke will cooler werden. Dabei sollen zwei Modell-Ikonen helfen. **54**

MEDIEN & MENSCHEN

- Nissan:** Frank Niewöhner verantwortet neu das Marketing. Was ihn treibt. **64**
- Werbung:** Kreative Auftritte sollen Lust auf die IAA machen. Vier Beispiele. **65**
- Unter Dreien:** Die Chefredaktion der Auto Motor und Sport im Gespräch. **70**
- Bewegte Bilder:** Wie Medien die Motorwelt in Formaten inszenieren. **72**
- Ranking:** Wie sich Autohersteller als Arbeitgeber schlagen. **76**