



Foto: ressourcenmangel

6 "Werbung hat nicht an Bedeutung verloren. Es ist nur eine anspruchsvollere Aufgabe geworden, relevante Botschaften an immer spezifischere Zielgruppen zu richten", meint der neue GWA-Chef Benjamin Minack



Foto: AS&S

32 Uwe Esser, Geschäftsleitung TV beim ARD-Vermarkter AS&S, beleuchtet im Interview die kommenden Wintersport-Highlights im Ersten



Foto: Bettina Theisinger

34 Susanne Aigner-Drews, Geschäftsführerin von Discovery Networks Deutschland, will die Olympischen Winterspiele 2018 auf alle Endgeräte und Bildschirme bringen

Kommunikation – News

- 6 Castenow rekrutiert den ersten Effie-Grand-Prix
- 7 Führung von Bobby & Carl komplett
- 7 Pilot ist Leadagentur von myEnso

Kommunikation

- 8 Wie der LEH es weihnachten lässt
- 12 Sponsoring: Heißer Scheiß im Schnee
- 16 Ski-Stockhersteller Leki: "Wir sind der Porsche der Branche!"
- 18 Lukas Bruhn: Von der Miami Ad School Hamburg zu TBWA nach New York
- 21 Creative Spaces bei DDB: Mit Zuse, Uhse und May im Konfi
- 22 Strategy Corner: Effie 2017 – Der Grand Prix der Werbewirkung

Medien – News

- 24 SevenOne Media holt Christkindles Markt-Glühwein ins Fernsehen
- 24 RTL Group führt SpotX und Smartclip zusammen
- 25 MDR-Werbung zieht Bilanz
- 25 Frauenmagazin 'Emotion' mit Pocketausgabe

Medien

- 26 Wintersport: Publikumsmagnet vor Traumkulisse
- 30 Wintersport: Die Vorlieben der Deutschen
- 32 Wintersport: ARD will mit Live-Events punkten
- 34 Eurosport schafft "die ersten voll digitalen Winterspiele"
- 37 Neue Lösungen gegen Hate Speech im Netz
- 39 Über 900 Gäste bei der VDZ Publishers' Night

Köpfe

- 40 Kopf der Woche: Thomas Müller steigt bei der Agentur Fjord auf
- 40 John Bache Deutschlandchef der VIM Group
- 41 Patrick Boos neuer GF beim Baur Versand
- 42 Stephan Schmitter leitet RTL Radio Deutschland
- 43 Thomas Ebeling vor Abgang bei ProSiebenSat.1?
- 43 Lucas Vogel verlässt den Finanzen Verlag

15 Impressum

Dies sind unsere Titelthemen



Foto: Millhaus

12 Alexander Schwan, Gründer der Münchner Agentur Millhaus, hilft Marken, mit den "cool kids" ins Spiel zu kommen