



Foto: fotolia

30 ff

Radio ist im Mediamix weiterhin unverzichtbar. Das Medium punktet mit Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Und als Tagesbegleiter vermittelt die Gattung bei den Hörern ein emotionales Heimat- und Zugehörigkeitsgefühl



Foto: Fred+Farid

8

Kreativer Nachwuchs in New York: Art Director Michael Hess von der Independent-Agentur Fred+Farid über Ikonen, Idole und spielerische Inspirationen



22

'Doppelpunkt – Das Schweizer Magazin für Weltoffene' gewinnt im Juni beim Wettbewerb Cover des Monats. Die Zeitschrift ist erst seit dem 19. Mai in Deutschland erhältlich

Kommunikation – News

- 6 JvM/saga setzt mit Brita Yource erste Duftmarke
- 6 Jules Mumm prickelt bei AvL/SE
- 7 thjnk-WPP-Deal: "keine Erfordernis zu kleinteiligen Abstimmungen oder Freigaben"

Kommunikation

- 8 Karrieresprung in den Big Apple: Michael Hess ist jetzt bei Fred+Farid in New York kreativ
- 12 Ein Konzern als kreative Spielwiese: Wie thyssenkrupp mit Bobby & Carl den Markenauftritt relauncht
- 15 Halbzeit im Red Box-Ranking: TBWA behauptet den Platz an der Spitze
- 17 Zitat der Woche von Michael Heine
- 18 Nach Cannes neu entfacht: die Award-Diskussion
- 22 Cover des Monats: Schulzmerkel gewinnt die Wahl

Medien – News

- 28 SpotX startet Advanced Solutions Group
- 28 Bertelsmann investiert in Möbel-Online-Shop
- 29 Roboter-Journalismus: Sportplatz Media plant 2,5 Millionen Fußball-Berichte
- 29 Zitat der Woche von Dan Beckerman

Medien

- 30 Radio genießt hohes Vertrauen in Deutschland
- 32 Radio: "Der Kiez zum Hören"
- 36 Dirk Lux, CEO Zenith, beleuchtet die Radio MA
- 38 Radio: Neue Technologien, neue Geschäftsmodelle
- 40 Delius Klasing feiert 50 Jahre 'Boote'

Köpfe

- 44 Kopf der Woche: Martina Sandrock leitet Meßmer, Milford & Co.
- 45 Martin Weiss Vorstand von Hubert Burda Media
- 46 Max von Abendroth verlässt EMMA-Verband
- 46 Fernando Carro weg bei Arvato
- 47 Marco Raab übernimmt das Escada-Marketing
- 47 Felix Theato verlässt Haribo-Geschäftsführung
- 47 Impressum

Dies sind unsere Titelthemen



Foto: New York Festivals

Foto: ADC

18

Der Preis ist heiß - und die Frage, ob weitere Agenturen ihr Engagement bei Kreativwettbewerben zurückfahren, ebenso. Wir haben uns in der Branche umgehört.