

Vorwort.

** Koch unterwegs. * Thema des Monats. * Innovation. * Newsbox. * Drei-Minuten-Interview.*

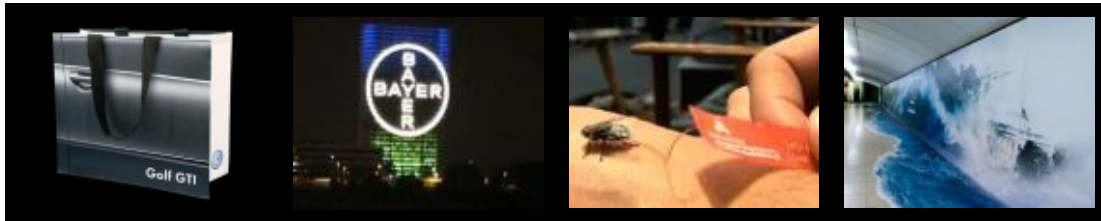
Lieber Leser,

in Berlin wirbt eine knallbunte Comic-Kampagne für das ernste Thema Organspenden, in New York entwickelt ein junges Kreativ-Duo Out-of-Home-Performances mit Pop-Charakter. Immer wieder aufs Neue geht es in der Kommunikation um die Suche nach neuen Wegen zur erfolgreichen Ansprache von Zielgruppen, immer häufiger wird dazu der öffentliche Raum als Plattform genutzt. Dies und mehr lesen Sie in unserem Newsletter des Monats. Eine anregende Lektüre wünscht ...

Ihr Guido Bliss.



Ge.Blogged.



VW setzt auf Bagvertising Weltgrößte Medienfassade Eichborn Verlag: Fliegen- Sony Pictures: 2012 in der
für Golf GTI von Bayer Ultraleicht-Banner U-Bahn

Koch unterwegs.

Auf keinen Fall verpassen!

"Was macht Flughafenwerbung eigentlich so anders, so besonders? Na, die Zielgruppe natürlich: Business. Ganz wichtige Menschen. Vielflieger eben. Ihr Einkommen: hoch. Ihre Bildung: noch höher. Ihr IQ: unvorstellbar hoch. Da darf sich die Werbung ruhig etwas einfallen lassen. Kreativ sein. Spritzig sein. Unkonventionell. Augenzwinkernd. Und intelligent. Den IQ mal richtig fordern..." [Weiter lesen...](#)



Thema des Monats.

PlakaDiva 2010-Wettbewerb gestartet.

Nach einem für die Außenwerbung sehr erfolgreichen Jahr mit einem bis dato deutlich zweistelligen Umsatzplus und entsprechend vielen neuen Schaltungen auf Out-of-Home-Werbeträgern werden nun die Eyecatcher des Jahres 2009 gesucht:

Am 2. November läuft die Ausschreibung des Fachverband Aussenwerbung e.V. (FAW) für den neuen Jahrgang des traditionellen Wettbewerbs um kreative Out-of-Home-Werbung an. Bis 31. Januar 2010 haben Werbungtreibende, Werbe- und Mediaagenturen, freie Künstler und Studenten Gelegenheit, sich mit ihren Arbeiten um die PlakaDiva 2010 zu bewerben. [Weiter lesen...](#)



Stärken Sie Ihr Weihnachtsgeschäft 2009 mit Riesenposter PowerPaketen in Berlin und Hamburg!

Und profitieren Sie dabei von 56, 57 und 58 Prozent Rabatt!



Innovation.

Video Painting.

Bruno Levy ist von Haus aus Fotograf, Blake Shaw hat viele Jahre als Musiker gearbeitet. Gemeinsam sind sie „SweatShoppe“: eine neue Kooperation für Multimedia-Umsetzungen an den Schnittstellen zwischen Musik, darstellender Kunst und Technologie. Ein interessantes Beispiel ihrer speziellen Multimedia-Umsetzungen ist das so genannte „Video Painting“: [Weiter lesen...](#)



Newsbox.

Helden gesucht.

Leben retten wie ein Superheld? „Das kannst Du auch!“ ruft das Deutsche Herzzentrum Berlin in diesen Tagen jedem zu, der in Berlin unterwegs ist. Mit 2.500 CLP-Plakaten an hochfrequentierten Wartehallen der Hauptstadt will die Organisation die Bereitschaft zu Organspenden in der Bevölkerung fördern. [Weiter lesen...](#)



Weitere News

- [Urlaubs-Kombi 2009.](#)
- [Loop5 holt Kunden vor Ort ab.](#)
- [Anbieterzusammenschluss out-of-home.](#)

Drei-Minuten-Interview.

Diesmal mit Friederike Lydia Ahrens.

Die Hamburger Künstlerin Friederike Lydia Ahrens nennt sich selbst "Abreisskünstlerin". Sie reißt Schnippsel von alten Plakaten ab und kreierte daraus Collagen. Mit ihrer "Stadtteilkunst" bildet sie die Identität einzelner Stadtteile ab. Inspirieren lässt sie sich dabei von der Morbidität, von der Vergänglichkeit. [Zum Interview...](#)



Lob & Tadel an: feedback@blisscommunication.de

Impressum:
Bliss Communication
Inhaber: Guido Bliss
Geschwister-Scholl-Str. 26
44135 Dortmund

Haftungshinweis:

Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschliesslich deren Betreiber verantwortlich.