

Vorwort.

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

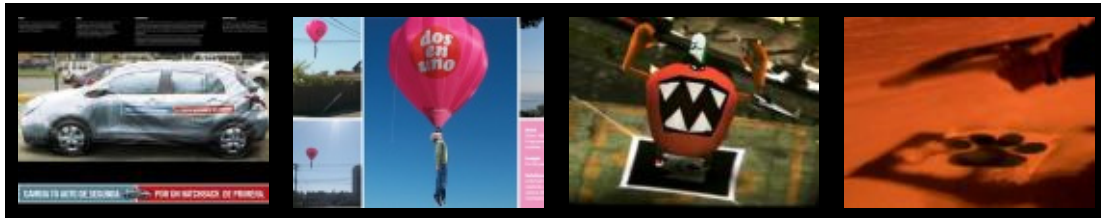
Lieber Leser,

zu Jahresbeginn schiebt die Out-of-Home-Branche eine Reihe neuer Projekte an und bringt damit frischen Schwung in den Umgang mit allen Spielarten von Kommunikation im öffentlichen Raum. In New York hat Visa gerade ein völlig neues 3D-Erlebnis realisiert, in Mainz tourt derzeit ein Forschungsbus und analysiert alters- und geschlechtsspezifisches Sitzverhalten von Fahrgästen. Die Ambient-Branche ruft einen eigenen Award ins Leben. Dies und mehr lesen Sie im aktuellen Bliss Newsletter.

Ihr Guido Bliss.



Ge.Blogged.



Guerilla Marketing: Toyota Heißluftballon wirbt kreativ
verhüllt Konkurrenz für Kaugummi-Hersteller

Augmented Reality im
XXL-Einsatz für Doritos

Loupus nutzt Schnee als
Werbemedium

Koch unterwegs.

...diesmal mit Gustav.

"Ich finde es immer toll, wenn die „Plakatinos“ ihre freien Stellen mit Eigenwerbung auffüllen. Sollten sie öfters tun. Denn sie sind ja diejenigen, die von Plakatgestaltung wirklich was verstehen. Ganz im Gegensatz zu manchen Kreativen, die ich hier zum Vergnügen der Leser so gern auf die Schippe nehme." [Weiter lesen...](#)



Thema des Monats.

FAM ruft eigenen Award ins Leben.

Mit dem neu geschaffenen FAMous Award richtet der Fachverband Ambient Media (FAM) seiner Out-of-Home-Gattung einen eigenen Kreativ-Wettbewerb ein. Offizielle Plattform für Ausschreibung und Preisverleihung ist der Best New 18/1-Award, der in diesem Jahr bereits zum 8. Mal stattfindet. „Wir treffen auf dem Best New 18/1 genau unsere Zielgruppe und versprechen uns davon mehr Bekanntheit für den FAM und die Gattung“, erklärt Thilo Raisch, Vorstandsvorsitzender des FAM.

Bei den Wettbewerbskriterien lehnt sich der FAMous-Award an die Plakatkatgorie an. Gesucht wird das Ambient Motiv mit der effektivsten Werbeansprache. [Weiter lesen...](#)



Last-Minute-Angebot für April

Berlin: Riesenposter-Top-Standort "Am Spittelmarkt"

50% Rabatt auf Mediakosten

Werben in XXL auf 850 m²



Innovation.

Out-of-Home-Werbung in 3D.

Digitale Screens im öffentlichen Raum beflügeln die Phantasie von Kreativen und Medienspezialisten: In New York hat an der Grand Central Station Visa vor kurzem eine der ersten 3D-Anwendungen im Rahmen einer Out-of-Home-Kampagne zu den Olympischen Winterspielen realisiert. [Weiter lesen...](#)



Newsbox.

BlowUP inszeniert überdimensionalen Cola-Automaten.

„Celebrate life!“ Unter diesem Motto feiert Coca-Cola Light seit Januar für insgesamt 25 Wochen seinen 25. Geburtstag in den Niederlanden. Den Auftakt zur Geburtstagskampagne im neuen Jahr bildet der größte Coca-Cola-Automat im Land: Mit einer Höhe von elf Metern, einer Breite von vier Metern und einer Tiefe von 1,30 Meter beeindruckt eine BlowUP-Installation an der Hoogstraat in Rotterdam. [Weiter lesen...](#)



Ströer-Bus analysiert Fahrgastverhalten.

In einem umgebauten Bus der Mainzer Verkehrsgesellschaft (MVG) läuft derzeit ein Feldversuch zum Fahrgastverhalten im Öffentlichen Personennahverkehr: Sensoren in den Sitzen und eine Videokamera sollen zeigen, welche Altersgruppen und Geschlechter den Bus wie und zu welchen Zeiten nutzen. [Weiter lesen...](#)

Drei-Minuten-Interview.

Diesmal mit Jongleur Till Pöhlmann.

Till Pöhlmann ist Berufsjongleur und Artist. Mit seinen Leucht-Jonglagen und Feuer-Shows tritt er auf Galas, Messen, Festivals und anderen Events auf. Auch an einem viralen Werbespot für Obi hat er bereits mitgewirkt. Das Jonglieren hat der heute 38-Jährige im Alter von 13 Jahren kennen gelernt. [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.