

Vorwort.

** Ge.Blogged * Topmeldung * Spezial * Newsbox * Drei-Minuten-Interview*

Lieber Leser,

das in Anlehnung an Heidi Klums TV-Casting kreierte Barbie-Plakat „German's first Topmodel“ hat beim diesjährigen New 18/1-Award abgeräumt - die klassische Großflächen-Kampagne mit einem Media-Etat von 750.000 Euro startet in den kommenden Wochen. Bei den Ambient Medien ist laut einer neuen Studie Trolleywerbung erfolgreicher als bisher angenommen und nach Meinung von BlooZone-Gründer Jörg Rudroff vernetzte, interaktive Werbekommunikation das Medium der Zukunft.

Ihr Guido Bliss



Ge.Blogged.



Inszenierungen für Motorolas RAZR 2

Kreative Glasuntersetzer von Nicorette

Ariel Color City-Light-Poster

Pam's: Guerilla Marketing für Push Up BHs

Topmeldung.

Barbie und Walauge auf der Großfläche.

Als „German's first Topmodel“ hat die Barbiepuppe den diesjährigen Wettbewerb um den Best New 18/1-Award für sich entschieden. Das von der Werbeagentur Hundert89 East entworfene Siegermotiv wurde mit einer Plakatkampagne im Mediawert von 750.000 Euro belohnt und wird in den kommenden Wochen deutschlandweit auf Großflächen zu sehen sein.

In der in diesem Jahr erstmals bewerteten Kategorie Charity belegte das Plakat „Walauge“ der Agentur Jung von Matt für die Tierschutzorganisation Noah den ersten Platz und erhält eine Kampagne im Mediawert von 500.000 Euro. [Weiter lesen...](#)



Riesenposter Neue Top-Standorte in München.

Out-of-Home Spezial...



Newsbox.

Trolley-Werbung wird unterschätzt.

Werbung auf Gepäckwagen am Flughafen ist weitaus effizienter als gemeinhin angenommen: Eine aktuelle Marktforschungsstudie weist für diese Trolleys einen Bekanntheitsgrad von 70 Prozent und eine Reichweite von bis zu 51 Prozent aus. An seinem Einsatzort Flughafen erreicht das Medium eine überdurchschnittlich gebildete, einkommensstarke und junge Zielgruppe, die dieser Form der Werbeansprache gegenüber sehr aufgeschlossen und aufmerksam ist. Die spontane Werbeerinnerung liegt bei 26 Prozent, die gestützte bei über 50 Prozent. [Weiter lesen...](#)

Weitere News.

[Patentstreit zwischen Ströer und Wall.](#)

[Joint-Venture von Wall und JCDecaux auf dem Prüfstand.](#)



Drei-Minuten-Interview.

Mit BlooZone-Gründer Jörg Rudroff.

Die Technik von BlooZone ermöglicht es, digitale Inhalte via Bluetooth zu Handys zu übertragen. Das System lässt sich etwa in Kombination mit City-Light-Säulen einsetzen - so wie es beispielsweise [MP3.de](#) bereits genutzt hat. Wir haben Jörg Rudroff in unserem Drei-Minuten-Interview zu privatem, Marketing und Zukunftsmusik befragt. [Zum Interview...](#)



Lob & Tadel an: feedback@blisscommunication.de

Impressum:

Bliss OUT-OF-HOME COMMUNICATION

Inhaber: Guido Bliss

Schöllinger Feld 48

58300 Wetter (Ruhr)

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.