

Vorwort.

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

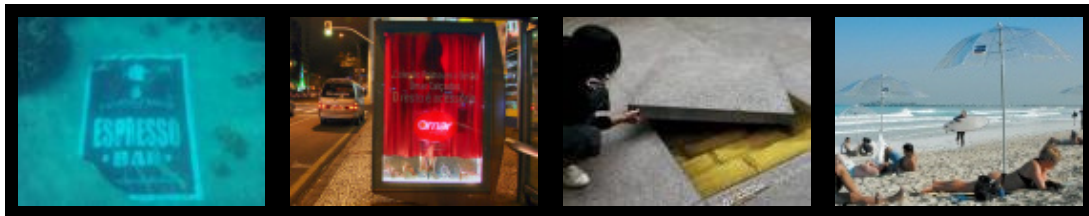
Lieber Leser,

ungewöhnliche Out-of-Home-Maßnahmen sind weiterhin auf dem Vormarsch: Jung von Matt hat sich mit einer Guerilla-Marketing-Umsetzung den ersten Platz beim Airport Media Award 2008 in der Kategorie "Geschaltete Kampagnen" gesichert, Berlin fördert mit dem "Medienfassadenfestival" die künstlerische Gestaltung des öffentlichen Raums und die finnische Softwareschmiede Supponor arbeitet derzeit an einer Technik zur regional individuellen Darstellung von Bandenwerbung bei Fußballübertragungen via Fernsehen.

Ihr Guido Bliss



Ge.Blogged.



Espresso Bar:
Unterwasser-Marketing

CLP-Sonderumsetzung
von Omar Footwear

National Treasure: Falltür
in Fußgängerzone

Nivea: Beachvertising

Koch unterwegs.

Wir machen´s einfach!

"Diesmal wollte ich Ihnen eigentlich ein richtig gutes Plakat vorführen. Doch ich war mal wieder in Berlin – und da hängen offenbar die ganz schrägen. Allerdings dürfte ich Ihnen dieses CLP von Rheinland-Pfalz auch nicht vorenthalten.

Also, die Headline lautet: Unser größter Kulturschatz: Die Lebensfreude. Passend dazu, als eye-catcher... eine glückliche Frau, die einen glücklichen Mann umarmt. Wie originell...". [Weiter lesen...](#)



Thema des Monats.

Airport Media Award 2008.

Mit einer Guerilla-Aktion für den Kunden Sixt hat Jung von Matt / Neckar Gold beim diesjährigen Airport Media Award gewonnen. Im Januar ließ die Agentur am Flughafen Stuttgart die Passagiere „Geddjur Karätsiggst“ („Get your car at Sixt“) und „Graitoffers Adsiggst“ („Great offers at Sixt“) ausrufen – eine Idee, die nun Jury und Publikum der Preisverleihung begeisterte.

Die tatsächlich realisierten Kampagnen würden von Jahr zu Jahr mutiger, lobte Olaf Jürgens, Sprecher der Initiative Airport Media, anlässlich der Siegerehrung am 13. Oktober auf dem Münchener Flughafen. [Weiter lesen...](#)



RIESENPOSTER ZU WEIHNACHTEN AM POINT OF SALE. OOH X-MAS SPEZIAL



Innovation.

Regionale Bandenwerbung bei Fußballübertragungen.

Die finnische Softwareschmiede Supponor arbeitet derzeit an einer Technik zur individuellen Darstellung von Bandenwerbung bei Fußballübertragungen via Fernsehen. Ziel ist es, dass beispielsweise Chinesen bei der Übertragung eines WM-Spiels andere Bandenwerbung sehen, als Deutsche zur gleichen Zeit. [Weiter lesen...](#)



Newsbox.

Art meets Out-of-Home.

Das derzeit stattfindende „Medienfassadenfestival Berlin“ bezieht Bewohner und Kulturszene der Hauptstadt in die Gestaltung des öffentlichen Raums ein. Von 17. Oktober bis 3. November werden kommerzielle Screens an den Fassaden bekannter Gebäude (unter anderem an der O2 World) mit künstlerischem Content bespielt. [Weiter lesen...](#)



Weitere News.

- [Facelifting in Hamburg.](#)
- [Parken mit Markenerlebnis.](#)
- [Hohe Responseraten mit neuartiger OOH-Mechanik.](#)

Drei-Minuten-Interview.

Diesmal mit: Thorsten Huneke.

Thorsten Huneke arbeitet seit 14 Jahren in der Aussenwerbung und achtet beim Autofahren manchmal zu genau auf Plakate: Vor ein paar Wochen stand ganz plötzlich eine Mülltonne im Weg. Zu seinen Hobbies zählen Familie, Kochen, Tennis und Kurzreisen und auf den Frühstückstisch gehört für ihn eine Kerze. [Zum Interview...](#)



Lob & Tadel an: feedback@blisscommunication.de

Impressum:
Bliss Communication
Inhaber: Guido Bliss
Prinz-Friedrich-Karl-Str. 39
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.