

Vorwort.

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

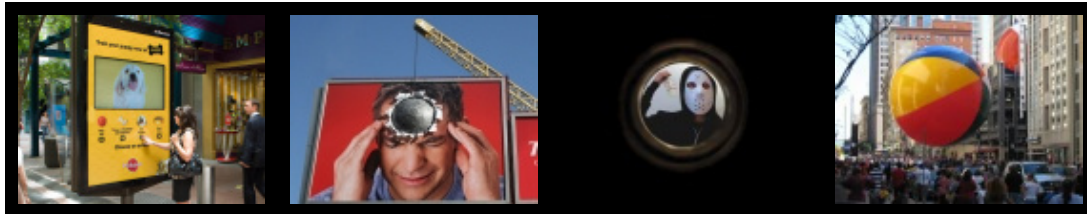
Lieber Leser,

die Zukunft von Out-of-Home-Medien ist digital: Eine für Pedigree entwickelte Kampagne (siehe Rubrik Ge.Blogged) mit digitalen City-Light-Postern hat beim Innovationswettbewerb von JCDecaux gewonnen. Passanten können an dem Plakat mit einem virtuellen Hund spielen und ihm Kunststücke beibringen. Im Februar 2009 werden Experten der Branche das Thema "Digital Signage" im Rahmen der DOOH (Digital Out of Home) Business Conference in Amsterdam vertiefen.

Ihr Guido Bliss



Ge.Blogged.



Pedigree mit innovativer CLP-Kampagne.

Tylenol: Riesenposter-Sonderumsetzung

Spionwerbung von Fearnat.com

XXXXXL Beach Ball von Carnival Cruise Lines

Koch unterwegs.

Sex sells ... aber es geht auch anders!

"Ich hatte doch versprochen, endlich auch einmal eine Plakatkampagne zu loben. Lange hat's gedauert, doch jetzt ist endlich Gelegenheit dazu.

Man fährt so durch die Stadt, denkt an nichts Böses und fragt sich nach ein paar Kilometern, ob Plakate eigentlich nur für Männer gemacht werden. Überall zieren halbnackte Frauen die zahllosen Plakate...".

[Weiter lesen...](#)



Thema des Monats.

Internationaler Kongress über Digital Out of Home.

Die digitalen Out-of-Home-Medien rücken zunehmend in den Fokus der Mediaentscheider: Hinter dem Begriff Digital Signage verbirgt sich ein Markt flexibler und sehr differenziert steuerbarer Werbeträger mit großem Entwicklungspotenzial. Nun erobert Digital Signage auch die Messehallen: Mehr als 250 Branchenunternehmen werden als Aussteller auf der ISE (Integrated Systems Europe) am 2. und 3. Februar 2009 in Amsterdam erwartet.

Zur Vertiefung gibt es im Rahmen der ISE erstmals die DOOH (Digital Out of Home) Business Conference mit Experten aus allen betroffenen Bereichen, von der Technologie über Network Operating zu Kreation, Media und werbungstreibenden Unternehmen. [Weiter lesen...](#)



RIESENPOSTER ZU WEIHNACHTEN BIS ZU 50% RABATTIERT X-MAS SPECIAL



Innovation.

Holographic Interface.

Bisher ist es nur eine Studie, doch in 10 bis 15 Jahren könnte uns das so genannte Holographic Interface nach Meinung von Visionär Ivan Tihienko im Alltag begleiten. Die Technik projiziert grafische Inhalte vor den Nutzer auf den Boden und ermöglicht eine gerätelose Bedienung, wie man sie derzeit nur aus James-Bond-Filmen kennt. [Weiter lesen...](#)



Newsbox.

PlakaDiva2009: Wettbewerb für kreative Querdenker.

Der Fachverband Aussenwerbung e.V. hat soeben die PlakaDiva 2009 ausgeschrieben und damit den offiziellen Startschuss für seinen 16. Plakat & Media Grand Prix gegeben. Einmal mehr werden kreative Gestaltungen und strategische Lösungen rund um Plakate, Verkehrsmittelwerbung und Ambient Media gesucht. [Weiter lesen...](#)



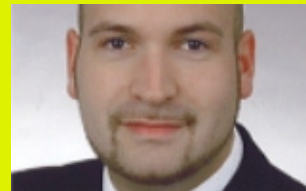
Wall plant Joint-Venture in China

Noch in diesem Jahr wird der internationale Stadtmöblierer und Außenwerber Wall AG einen Kooperationsvertrag mit der Business Media China AG schließen und damit das gemeinsame Engagement der beiden Unternehmen auf den chinesischen Außenwerbemarkt besiegeln. Eine entsprechende Absichtserklärung wurde Anfang November unterzeichnet. [Weiter lesen...](#)

Drei-Minuten-Interview.

Diesmal mit: Ralph Philip Rase.

Diplom-Journalist Ralph Philip Rase achtet eher selten auf Außenwerbung, aufgefallen ist ihm aber die große Auris-Kampagne von Toyota. Im Kino wurde einmal via Bluetooth ein Filmplakat auf sein Handy gesendet, wonach er hin- und hergerissen war zwischen der Begeisterung für neue Werbeformen und der Verwunderung über das ungefragte Eindringen in seine Privatsphäre. [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.