

**OGILVY
ÜBER
WERBUNG
IM DIGITALEN ZEITALTER**

MILES YOUNG

Non-Executive Chairman von Ogilvy & Mather

Aus dem Amerikanischen

übersetzt von

Anja Kirchdörfer Lee

VERLAG FRANZ VAHLEN MÜNCHEN

INHALTSÜBERSICHT

EINLEITUNG

BLICK VON TOUFFOU 6

- 1 CODETTA 8**
- 2 DIE DIGITALE REVOLUTION 12**
- 3 DER KURZE MARSCH 20**
- 4 DAS DIGITALE ÖKOSYSTEM 30**
- 5 MILLENNIAL SEIN ODER NICHT SEIN 46**
- 6 DIE POSTMODERNE MARKE 54**
- 7 CONTENT IS KING – DOCH WAS BEDEUTET DAS EIGENTLICH? 72**
- 8 KREATIVITÄT IM DIGITALEN ZEITALTER 98**
- 9 DATEN: DIE WÄHRUNG DES DIGITALEN ZEITALTERS 120**
- 10 „VERBINDE!“ 132**
- 11 KREATIVE TECHNOLOGIE: DAS OPTIMUM 150**

- 12 DIE DREI SCHLACHTFELDER 164**
Die sozialen Medien wieder sozial machen 164
Wunderbare Mobilität 174
Continuous Commerce 180
- 13 DIGITALE TRANSFORMATIONEN 192**
Digitale Politik 192
Digitale Regierung 197
Digitaler Tourismus 200
Digital Social Responsibility 204
- 14 FÜNF GIGANTEN DER WERBUNG IM DIGITALEN ZEITALTER 210**
Bob Greenberg 210
Akira Kagami 216
Martin Nisenholtz 220
Matias Palm-Jensen 224
Chuck Porter 228
- 15 MEIN HIRN SCHMERZT 236**
- 16 DIE NEUE WELTORDNUNG 248**
- 17 KULTUR, KÜHNHEIT, KUNDEN UND KASTAGNETTEN 266**
- 18 EPILOG 272**
ENDNOTEN 274
DANKSAGUNG 278
BILDNACHWEISE 280
INDEX 282