

INHALT

VORWORT

Tina Beuchler und Joachim Schütz, OWM	4
--	----------

GRUSSWORTE

Sigmar Gabriel, Bundesminister für Wirtschaft und Energie	6
Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbandes	8
Andreas F. Schubert, Präsident des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft	10
David Wheldon, President World Federation of Advertisers	12

20 JAHRE OWM

„OWM – die starke Stimme der werbenden Unternehmen“ Tina Beuchler und Joachim Schütz, OWM	16
Die Chancen der digitalen Transformation gemeinsam nutzen“ Media- und Marketingmanager zu den Erfolgen und künftigen Herausforderung der OWM	22
Den Wandel gemeinsam gestalten OWM-Marktpartner zu den gemeinsamen Ziele und Erfolgen	28

WERBEFREIHEIT & VERANTWORTUNG

Werbung bereichert den Alltag Stephan Nießner, Ferrero	36
„Wir trauen den Verbrauchern etwas zu“ Mechthild Heil, Verbraucherschutzbeauftragte der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag	40
„Es steht viel auf dem Spiel!“ Interview: Marketingentscheidern plädieren für ein selbstbestimmtes, mündiges Verbraucherbild	44

Im Mittelalter der Markenführung	
Prof. Dr. Jürgen Schulz, Universität der Künste Berlin	50

MEDIA-/WERBEFORSCHUNG

„Wir brauchen einen Joint-Industry-Ansatz“	
Uwe Storch, OWM und AGF	56
Digitalisierung fordert Werbeforschung heraus	
Die OWM und ihre Partner stellen sich in den Gremien der Mediaforschung den digitalen Herausforderungen	58
Wissen, wie Werbung wirkt	
Dr. Christian Bachem und Dr. Bernd Henning, .Companion	62

DIGITALISIERUNG

Digitalisierung ist nicht delegierbar	
Jan Pechmann, different	68
Herzlich willkommen im Real- und Right-Time-Zeitalter!	
Marketingentscheider diskutieren Veränderungen im Kommunikationsverhalten und der Markenwahrnehmung	74
Werbung im digitalen Zeitalter	
Prof. Dr. Andrea Rumler, HTW Berlin	78

OWM INSIDE

Das Event	84
Der Vorstand	90
Die Geschäftsstelle	91
Die Mitglieder	92
Der Förderkreis	95