

# 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 Zielen 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

<b>Im Mittelalter der Markenführung</b>	
Prof. Dr. Jürgen Schulz, Universität der Künste Berlin	<b>50</b>

## MEDIA-/WERBEFORSCHUNG

---

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

## DIGITALISIERUNG

---

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

## OWM INSIDE

---

<b>Das Event</b>	<b>84</b>
<b>Der Vorstand</b>	<b>90</b>
<b>Die Geschäftsstelle</b>	<b>91</b>
<b>Die Mitglieder</b>	<b>92</b>
<b>Der Förderkreis</b>	<b>95</b>