

# Ogilvy über Werbung im digitalen Zeitalter

Bearbeitet von  
Von Miles Young, Aus dem Amerikanischen übersetzt von Anja Kirchdörfer Lee

1. Auflage 2019. Buch. 288 S. Hardcover

ISBN 978 3 8006 5771 1

Format (B x L): 21,0 x 26,0 cm

Gewicht: 1264 g

[Wirtschaft > Spezielle Betriebswirtschaft > Marketing, Werbung, Marktforschung](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# OGILVY ÜBER WERBUNG IM DIGITALEN ZEITALTER

  
**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

ISBN Print: 978 3 8006 5771 1

ISBN E-Book: 978 3 8006 5772 8

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

© 2019 Verlag Franz Vahlen GmbH, Wilhelmstr. 9, 80801 München

Satz: Fotosatz Buck

Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen

Druck und Bindung: Neografia, a. s., Printed in Slovakia

Umschlaggestaltung: Ralph Zimmermann – Bureau Parapluie

in Anlehnung an die Originalausgabe

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier

(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Die Originalausgabe erschien 2017 unter dem Titel  
OGILVY ON ADVERTISING IN THE DIGITAL AGE  
bei Carlton Books Limited.

Text copyright © Ogilvy & Mather 2017

Design copyright © Carlton Books Ltd 2017

# OGILVY ÜBER

# WERBUNG

IM DIGITALEN ZEITALTER

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG 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

beck-shop.de  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

- 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

beck-shop.de  
DIE FACHBUCHHANDLUNG