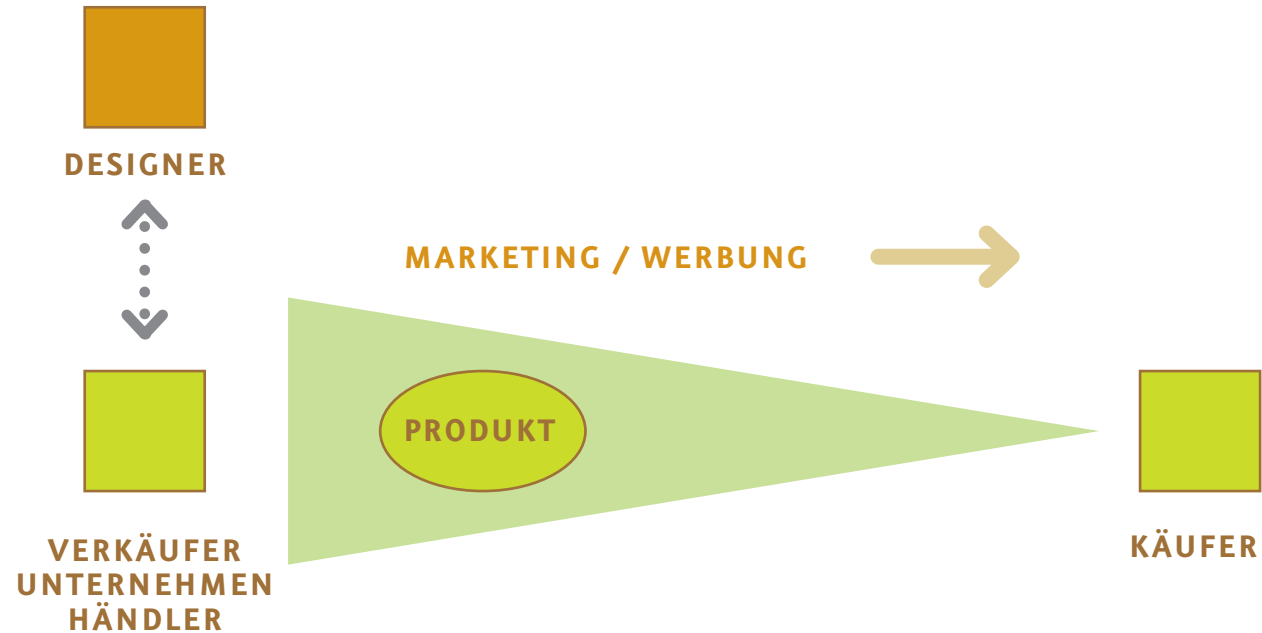


# Es wird sich viel ändern!

Monologwerbung ist vorbei – auf zum Dialog!

# Früher: Monologwerbung!

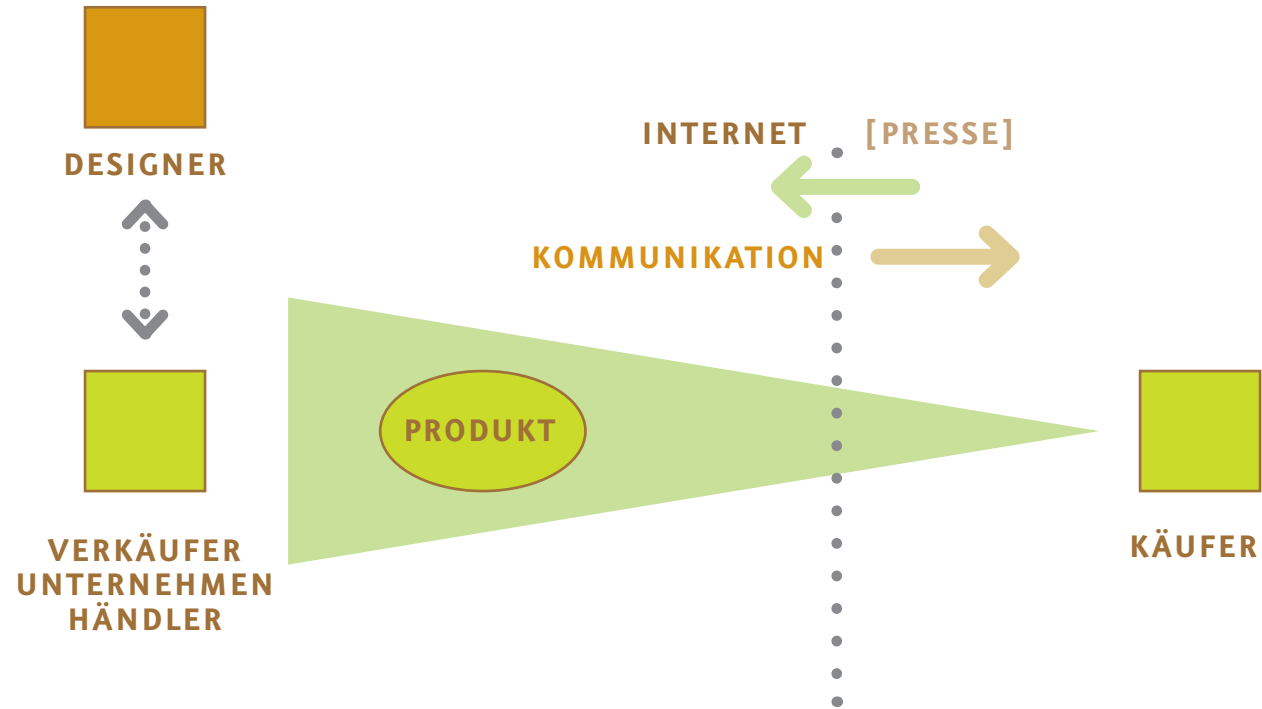
früher:  
z.T. noch heute



Früher: Monologwerbung – vom Verkäufer zum Käufer  
> kein echtes Feedback (lediglich Absatzzahlen und ggf. POS-Kommunikation)  
Nur wenige Firmen kommunizieren von sich aus nachhaltiges Handeln.

# Change durch Web 2.0 ?!

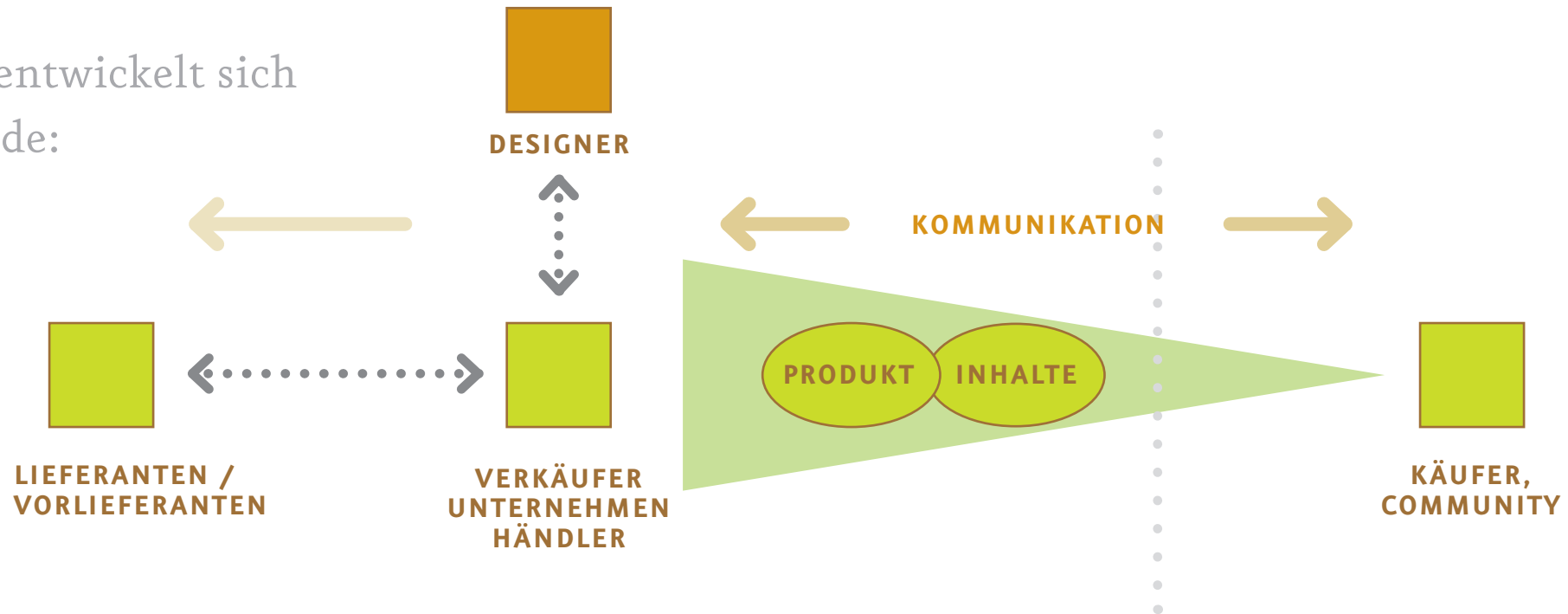
Ca. seit 2004  
Internet / Web 2.0



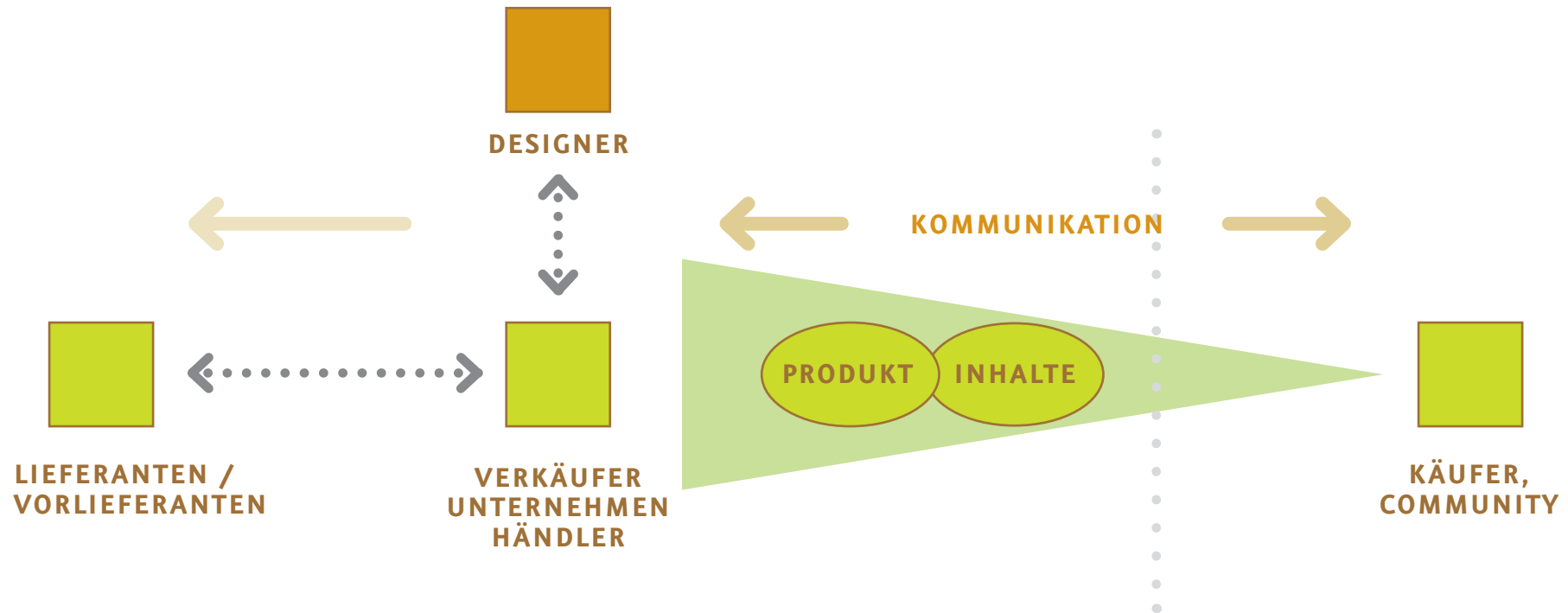
Durch Bewertungen, Kommentare, Blogs: Es entsteht eine Kommunikation über Produkte und Unternehmen! Dialog wäre noch übertrieben. Nachhaltiges Handeln wird gefordert.

# Firmen denken um! Nachhaltige Inhalte werden wichtiger!

das entwickelt sich  
gerade:



Firmen beginnen, ihre Supply Chain „aufzuräumen“. Der Käufer schätzt ein sauberes und fair produziertes Produkt. Inhalte werden wichtiger. Die Qualität der Kommunikation ändert sich. Käufer werden zur Community. Von den Vorlieferanten bis zum Käufer spannt sich ein Bogen.



## WERTE

TRANSPARENZ UND EHRlichkeit

Werte als Orientierung,  
Transparenz und Ehrlichkeit  
als Instrumente!

»Nachhaltigkeit wird die Formen und Inhalte der Werbung mehr verändern, als wir annehmen. Dialoge sind die Zukunft. Wir sind schon mittendrin.«

DESIGNER

LIEFERANTEN /  
VORLIEFERANTEN

VERKÄUFER  
UNTERNEHMEN  
HÄNDLER

KÄUFER,  
COMMUNITY

WERTE  
TRANSPARENZ UND EHRlichkeit

MEINE THESE