

Advertising
Futures

Advertising
Futures

2018

»Die beste Möglichkeit, die Zukunft vorauszusagen, ist sie zu gestalten.«

Joseph Beuys

Zu diesem Buch

In den letzten Jahren haben viele Trends die Gesellschaft geprägt und verändert. Trendforscher versuchen mit ihren Ausarbeitungen eben diese Veränderungen und Strömungen in allen Bereichen der Gesellschaft zu beschreiben und fassen diese in sogenannten Trends und Megatrends zusammen. Trends und vor allem Megatrends haben den Anspruch die Welt – zwar langsam dafür aber langfristig und grundlegend – zu verändern.

Gerade die Werbeindustrie zeichnet sich dabei durch eine hohe Wandelbarkeit aus. Werbebotschaften sind omnipräsent und vor allem traditionelle Werbung zeigt immer öfter geringere Erfolge. In der strategischen Planung von Kommunikationskampagnen gilt es zukunftsweisende und innovative Wege zu finden. Auf diese muss sich die Marketingkommunikation in Zukunft vorbereiten.

Die Studierenden des Master-Studiengangs Marketingkommunikation der design akademie berlin haben sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, die Zukunft mitgestalten zu wollen. Ergebnis davon ist das vorliegende Buch »Advertising Futures«. Es wurde im Rahmen des

Moduls »Future Communications« unter der Obhut von Prof. Markus Wente konzipiert. Das Buch enthält 14 Essays, die sich mit der Frage auseinandersetzen, von welchen Trends und Megatrends die Marketingkommunikation in Zukunft geprägt und verändert wird. So werden beispielsweise Megatrends wie Gesundheit, Gender Shift, Konnektivität und Silver Society zunächst vorgestellt und dann auf die Zukunft der Marketingkommunikation projiziert. Doch nicht nur Megatrends auch Trends, die sich von Megatrends ableiten, sogenannte Subtrends, werden in diversen Essays zukunftsweisend interpretiert. Beispiele hierfür sind Subtrends wie Zero Waste, Open Innovation, Sharing Economy und Smart Clothes.

Das Buch »Advertising Futures« wagt einen Blick in die zukünftigen Herausforderungen und Perspektiven der Marketingkommunikation und schlägt gleichzeitig direkte Lösungsansätze vor.

Berlin, Februar 2018

Inhaltsverzeichnis

Lena Tetzlaff	Zero Waste	11
Anastasia Rudenko	YouTube Tutorial	21
Sunna Becker	Voice Interfaces	33
Kety Minow	Smart Clothes	43
Joanna Eichhorn	Slow Future	53
Jessica Müller	Sharing Economy	67
Mark Cichon	Self-Tracking	79
Jasmin Pönisch	Open Innovation	91
Sarah-Charline Meiners	Konnektivität	101
Celina Saffar	Gesundheit	113
Luzia Wasmer	Gender Shift	121
Annette Trunz	Downaging	131
Janna Binder	Bio Boom	145
Miles Schütt	Alpha-Softies	155
Prof. Markus Wentz	Schlusswort	166
	Abbildungsverzeichnis	168