

■ **Stefan Vogler, markenexperte.ch**

Das Interbrand-Ranking 2010 bringt es auf den Punkt: Google, Apple und BlackBerry sind mit über 30% die Wachstumsleader in den Top 100 Global Brands. Und ausser Coca-Cola, McDonald's und Disney zählen alle in den Top zur ICT-Branche. Sie wurden nicht nur, aber auch dank Werbung bekannt, also gross, stark und wertvoll. Ob Digital Natives oder Digital Naives, die Menschen werden auch 2015 noch Werbung konsumieren. Nicht mehr als alleinselige Königsdisziplin, aber im professionellen und zunehmend selbstverständlichen Verbund mit allen Formen der Online-Kommunikation. Das hat einen schönen Zusatznutzen: Je weniger klassisch geworben wird, desto mehr sieht man sie wieder und desto mehr hebt sich die gute von der schlechten ab. Die wirklich integrierten Agenturen stehen vor einer Renaissance, denn kein Brand wird es ohne Klassik und Online in die Köpfe und Herzen der Konsumenten schaffen.

