



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

Marketing Agenda 2020 - Me.Unlimited

Der 47. Deutsche Marketing Tag - Das Branchen-Highlight des Jahres!

Die Corona-Krise bestimmt derzeit unser aller Leben und es ist nicht abzusehen, wie enorm die Auswirkungen auf Gesellschaft und Wirtschaft am Ende des Jahres sein werden.

Umso wichtiger, dass sich die Branche immer wieder austauscht, voneinander lernt, Wissen grenzüberschreitend teilt und sich unbürokratisch unterstützt, um somit die Herausforderungen gemeinsam angehen zu können.

Daher möchten wir den Protagonisten der Branchen mit dem 47. Deutschen Marketing Tag, der am 30.11./1.12.2020 in Berlin stattfinden wird, die persönliche Austauschplattform bieten, um Wege für ein „Marketing nach der Krise“ aufzuzeigen und gemeinsam zu diskutieren.

Der Deutsche Marketing Tag steht dieses Jahr unter dem Motto „Me.Unlimited“!

Me.Unlimited meint an dieser Stelle, dass Marketing im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung die Grundlagen schaffen muss, an denen sich die Interaktion mit einem hyper-individualisierten Kunden konsequent ausrichtet.

„Unternehmen, die das Marketing zentriert ausrichten und Kunden mit ihren individuellen Wünschen und Bedürfnissen in den Mittelpunkt stellen, schaffen es, eine langfristige und nachhaltige Kundenbeziehung zu etablieren.“, erklärt Dr. Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband, das diesjährige Motto des Deutschen Marketing Tage

Um die Schwerpunkte im Marketing für 2020 zu analysieren, haben der Deutschen Marketing Verband (DMV) und die Mitgliedsländer der European Marketing Confederation (EMC) Ende 2019 die „Marketing Agenda 2020“ durchgeführt. Insgesamt wurden 1.000 Marketing- und Vertriebsleiter zu ihren wichtigsten Themen und Herausforderungen befragt.

Fasst man die wichtigsten Themenfelder über Europa hinweg zusammen, dann steht das Thema „Data Management“ an vorderster Stelle, gefolgt von „Digital Technologies“ und allen Fragen rund um die „Strategie“. Die größten Herausforderungen umfassen in der Konsequenz Handlungsfelder im Bereich „Daten“ und darauf aufbauende Maßnahmen wie etwa die Konsolidierung aller existierender und



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

neu zu generierender Datenbestände, die Klarheit und Ausrichtung der Marketing-Strategie sowie die Customer Experience entlang aller Touchpoints.

Im vergangenen Jahr nahmen über 1.500 Marketing-Experten an der 1,5 tägigen Konferenz teil: 151 Referenten, über 20 Breakout Sessions, Deep Dives, Plenarvorträge, Stand Up-Presentations, Diskussionsrunden und Masterclasses beleuchteten die unterschiedlichen Themenfelder aus unterschiedlichen Branchen und Blickwinkeln.

Trotz der ungewissen Zeiten konnten für den 47. Deutschen Marketing Tag bereits erste Referenten gewonnen und die Themen definiert werden wie z.B. „*Meet the Disruptors - Lernen von innovativen Geschäftsmodellen*“, „*Direct-to-Consumer - Ausschaltung des Handels*“, „*Marketingorganisation 3.0 - Auf dem Weg zum agilen Organisationsmodell*“, „*Preisbildung bei Innovationen*“ uvm.

Anmeldung zum 47. Deutschen Marketing Tag und weitere Informationen unter www.marketing-tag.de. Bis zum 31. Mai 2020 gilt der Super Early Bird Preis (Mitglieder €499,-, JUMPS €200,- und Nicht-Mitglieder €799,-).

Die Marketing Agenda 2020 steht zum Download unter www.marketing-tag.de bereit.

Veranstalter des 47. Deutschen Marketing Tag sind der Deutsche Marketing Verband, das Management Forum und die absatzwirtschaft.