



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Marketing Agenda 2019 – MARKETING CENTRICITY

The place to be für Marketers! – Der 46. Deutsche Marketing Tag

Am 4. und 5. Dezember 2019 findet die wichtigste Branchen-Konferenz Europas zum Thema Marketing in Düsseldorf statt – Das Motto: #MARKETING CENTRICITY fokussiert auf die intelligente und effiziente Kundenansprache durch das Marketing.

Düsseldorf, den 21. Februar 2019 – Die Digitale Transformation stellt Unternehmen vor Herausforderungen, die Kernstrategien, Unternehmenskultur, Organisation, Wertschöpfungsketten und Prozesse grundlegend verändern. Um die Schwerpunkte und die Trends im Marketing für 2019 zu analysieren, wurde Ende 2018 die „Marketing Agenda 2019“ vom Deutschen Marketing Verband und der European Marketing Confederation durchgeführt. Insgesamt wurden 1.000 Marketing- und Vertriebsleiter zu ihren wichtigsten Themen und Herausforderungen befragt.

Die wichtigsten Marketingthemen in Europa sind: Marken-Strategie, Digitales Marketing und Content Marketing und dessen Optimierung. Die größten Herausforderungen umfassen laut Studie Handlungsfelder wie die Verbindung von Fachbereich- und IT-Know-how bei der Digitalisierung, die Customer Experience entlang aller Touch Points und die Rekrutierung von Mitarbeitern sowie New Work (moderne Arbeitsstrukturen).

Marketing Agenda 2019 – MARKETING CENTRICITY

„In Zeiten, in denen Märkte immer dynamischer werden, muss das Marketing für Unternehmen die Grundlagen schaffen, sich konsequent auf den Kunden fokussieren zu können. Es reicht nicht mehr aus, sich über den Kunden im Allgemeinen Gedanken zu machen. Der Erfolg und Umsatz korreliert direkt mit der Fähigkeit, das Kundenerlebnis in höchstem Maße und konsistent über alle Touchpoints hinweg zu individualisieren“, erklärt Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband, das diesjährige Motto des Deutschen Marketing Tages. Und weiter: „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.“

Die Marketing Agenda 2019 stellt die inhaltliche Basis des 46. Deutschen Marketing Tags dar, die auf dem angesagten Branchen-Highlight vertieft wird. „Dem Deutschen Marketing Tag geht es darum, eine Vielzahl an nationalen und internationalen Referenten mit zukunftsweisen Themen und Inhalten miteinander zu verbinden. Und dies aus möglichst vielen unterschiedlichen Perspektiven“, sagt Prof. Dr. Ralf E. Strauß.



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

Der Deutsche Marketing Tag hat sich über die letzten Jahre hinweg zu einer der bedeutendsten Marketing Konferenzen in Europa entwickelt. Knowledge Transfer und Networking stehen an erster Stelle und ist für Marketers der *place to be*. Im vergangenen Jahr nahmen 1.700 Top Experten an der zweitägigen Konferenz des Deutschen Marketing Verbandes teil: 100 Referenten, 20 Breakout Sessions, Deep Dives, Plenarvorträge, Stand Up-Presentations, Diskussionsrunden und Masterclasses beleuchteten die unterschiedlichen Themenfelder aus unterschiedlichen Branchen und Blickwinkeln.

Die Marketing Agenda 2019 steht unter folgendem Link zum Download zur Verfügung:

https://www.marketingverband.de/fileadmin/DMV_Marketing_Agenda_2019.pdf

Anmeldung zum 46. Deutschen Marketing Tag und weitere Informationen unter www.deutschermarketingtag.de.

Über den Deutschen Marketing Verband e.V.

Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland und der Österreichischen Marketing-Gesellschaft. Er vertritt die Interessen von über 14.000 Führungskräften aus marketingorientierten Unternehmen. Seit 1956 sorgt der Verband für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

Pressekontakt:

Deutscher Marketing Verband Service GmbH

Willy-Brandt-Allee 31 D

23554 Lübeck

Karin Bollo, Tel.: +49 451 160855 29

E-Mail: presse@marketingverband.de