



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

PRESSEMITTEILUNG

**Was treibt das Marketing um? Von Künstlicher Intelligenz über Sportspon-
soring bis hin zu Future of Digital**

Teilnehmerrekord auf dem 44. Deutschen Marketing Tag unter dem Motto #_Next_Level_Marketing

Düsseldorf, den 23. November 2017 – „Nimm mich mit in die smarte Welt und gib mir Content“, so Dr. Uwe Kolks im ersten Roundtable des 44. Deutschen Marketing Tags. Mit einem breiten Themenspektrum über alle Marketingdisziplinen und Branchen hinweg wurde dem Motto des 44. Deutschen Marketing Tags #_Next_Level_Marketing am 22. und 23. November 2017 im Kap Europa in Frankfurt Leben eingehaucht. In fünf Deep Dive-Sessions am Vortag ging es u.a. um die Themen Future of Food, Retail Marketing und Conversational Commerce. Das Programm des 23. Novembers bot mit Breakout-Sessions und Keynotes vielfältige Cases mit spannenden Insights. Nachdem am Abend der Staffelstab von Frankfurt an Hannover übergeben worden ist, nahm Thermomix von Vorwerk unter Jubel den Deutschen Marketing Preis 2017 in Empfang. Der 45. Deutsche Marketing Tag findet am 5. und 6. Dezember 2018 in Hannover statt.

#_Next_Level_Marketing – Wie kann das Marketing die aktuellen Herausforderungen meistern?

Quo Vadis Marketing in Europa? Die Studie „European Marketing 2020“ der European Marketing Confederation, herausgegeben vom Deutschen Marketing Verband, stellte bereits Anfang des Jahres die entscheidenden Fragen für das Marketing auf dem Weg ins Jahr 2020. Ein Ergebnis der Studie lautet, dass dringender Nachholbedarf in den Marketingabteilungen besteht. „Es ist sicherlich eine Mischung aus der Vielzahl an neuartigen Themen, die in kurzer Zeit ‚zu verdauen‘ sind, gepaart mit der Frage, wie cross-funktional mit anderen Bereichen wie der IT am besten zusammengearbeitet werden kann“, so Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Verfasser der Studie und Präsident des Deutschen Marketing Verbands. Auf Basis der Studienergebnisse wurde das Inhaltskonzept zum 44. Deutschen Marketing Tag festgelegt. Die Themenvielfalt eines des größten Marketingkongresses Europas erstreckt sich nicht nur über alle Marketingdisziplinen hinweg, sondern bietet durch zukunftsweisende Konzepte Inspiration für die alltägliche Praxis.



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

Nimm mich mit in die smarte Welt und gib mir Content

Unter Moderation von Dr. Jesko Perrey, Senior Partner McKinsey & Company, diskutierten die Teilnehmer im Roundtable „Wege aus der Commodity-Falle“. Für Michael Schuld, Leiter Kommunikation & Vertriebsmarketing, Telekom Deutschland, heißt es „Reco is the next search“. Das gelingt, indem an jedem Punkt der Customer Journey die besten Insights vorliegen. Dr. Uwe Kolks, Mitglied der Geschäftsführung Privatkunden, E.ON Energie Deutschland, beschreibt eine der Hauptherausforderungen darin, dass Energie bis heute physisch nicht unmittelbar erlebbar ist. Trotzdem ist er überzeugt zu wissen, was die Kunden erwarten: „Nimm mich mit in die smarte Welt und gib mir Content“. Laut Schuld sorgt Smart Home immerhin für Sicherheit bei den Kunden.

45. Deutscher Marketing Tag in Hannover

Mit 1.500 Teilnehmern erreichte der 44. Deutsche Marketing Tag einen Besucherrekord. Der Staffelstab ist nun an Hannover übergeben, wo der Deutsche Marketing Tag 2018 ausgerichtet wird.

Weitere Informationen und Impressionen gibt es hier:

<http://www.marketingverband.de/veranstaltungen/deutscher-marketing-tag/44-deutscher-marketing-tag/>

Pressekontakt:

Deutscher Marketing Verband e.V.
Sternstraße 58
40479 Düsseldorf
Marina Droste, Tel.: 0211.864 06-13
E-Mail: presse@marketingverband.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.

<http://www.marketingverband.de>