



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

PRESSEMITTEILUNG

#_Next_Level_Marketing – 44. Deutscher Marketing Tag in Frankfurt a.M.

Am 23. November 2017 mit über 1500 erwarteten Teilnehmern Strategien für den nächsten Evolutionssprung des Marketings diskutieren

Düsseldorf, den 16. März 2017 – Die ersten Referenten für das Branchenevent des Jahres für Marketing-Entscheider und -Profis stehen bereits fest. Mit neuen Formaten und Angeboten für mehr Interaktivität und Live-Erlebnisse wird es im Kap Europa Frankfurt am 23. November darum gehen, das Motto #_Next_Level_Marketing durch zukunftsweisende Konzepte und praktische Umsetzungserfahrungen aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu beleuchten – mit inspirierendem Themensetting u.a. zu Influencer Marketing, Data Mining, Recruiting und Dynamic Pricing.

Von Leipzig nach Frankfurt a.M.

Seit der Staffelstabübergabe an Frankfurt auf dem 43. Deutschen Marketing Tag in Leipzig laufen bereits die Vorbereitungen für den diesjährigen Deutschen Marketing Tag (DMT). Seit 1973 durchgeführt, hat er sich in den letzten Jahren zu einer der bedeutendsten Konferenzen zu aktuellen Fragen rund um Marketing, Vertrieb und Service in Europa entwickelt. Neben dem Kongressprogramm am Tag erleben die Teilnehmer auf der feierlichen Abendveranstaltung die Verleihung des Deutschen Marketing Preises 2017 für eine Spitzenleistung im deutschen Marketing und können im Nachgang auf der After-Show-Party ausgiebig feiern. Das bewährte Konzept aus Plenum, parallelen Breakout-Sessions sowie eigenem JuMP-Programm wird in diesem Jahr durch neue Formate und Angebote erweitert, die zur Verstärkung der Interaktivität und des Live-Erlebnisses für die Besucher beitragen sollen. Beim Marketing-Startup Bootcamp soll es 2017 erstmals darum gehen, die Präsentation der Konzepte vier unterschiedlicher Startups von den Zuhörern als Jury beurteilen zu lassen.

Konkrete Erfahrungsbeiträge inkl. „Lessons Learned“

Das Motto in diesem Jahr: #_Next_Level_Marketing. Damit soll umschrieben werden, dass die Marketing-Funktion an der Grenze zum nächsten Evolutionssprung steht – also Strategien entwickeln muss, um die Vielzahl an innovativen Instrumenten und Konzepten für den eigenen Unternehmenskontext zu adaptieren und schließlich auch effizient umzusetzen.



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

„Als Branchen-Highlight geht es immer wieder im Anspruch darum, aus einem inhaltlich relevanten und zukunftsweisenden Konzept eine Vielzahl an Referenten, Beiträgen – und damit auch Inspirationen – miteinander zu verbinden, die aus möglichst vielen unterschiedlichen Perspektiven jeweils ein Themenfeld beleuchten“, so Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband. Die Operationalisierung des Mottos gelingt durch die Aufschlüsselung in Einzelthemen, die den Teilnehmern in den Breakout-Sessions ein Maximum an Mehrwerten und Ideen zur praktischen Umsetzung eröffnen sollen.

„Es geht nicht um eine Aneinanderreihung beliebiger Success Stories und darum, die neuesten Trends und Chancen beliebig zu enumerieren als vielmehr um konkrete Erfahrungsberichte aus Sicht der Verantwortlichen inkl. deren persönlicher Erfahrungen und „Lessons Learned“, so Prof. Strauß.

Erster Blick auf die Breakout-Sessions: Plattformen für Interaktion, Diskussion und Austausch

1. Sinkendes Vertrauen in Marken... was tun? (Purpose Driven Marketing)
2. Sportsponsoring: Effizient oder eher Wunschdenken?
3. Künstliche Intelligenz, Bots & Voice Recognition... Ende der App-Economy?
4. Marketing Science meets Practice: Von Big Data zu Smart Data & Analytics
5. Marketing-Startup Bootcamp (AdTech & Big Data/Analytics)
6. Dynamic Pricing... auf dem Weg zur kundenindividuellen Preisgestaltung?
7. Return-on-Marketing-Investment... Wege zur Optimierung
8. Content Marketing... die Rückkehr zu alten Tugenden?
9. JuMP-Session: Neue Kriterien im Recruiting... Kampf der Klonkrieger vs. individuelle High Professionals?
10. Data Driven (Programmatic) Advertising... Goodbye Mediaagenturen?

Anmeldung und weitere Informationen unter www.deutschermarketingtag.de.

Bis zum 31.03.2017 gilt noch der Super Early-Bird-Preis.



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

Pressekontakt:

Deutscher Marketing Verband e.V.
Sternstraße 58
40479 Düsseldorf
Marina Droste, Tel.: 0211.864 06-13
Annika Holst, Tel.: 0211.864 06-16
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>