

Inkl. Verleihung des Deutschen Marketing Preises 2017 und mehr als 60 namhafter Referenten, u. a.:



Kenny Jacobs Chief Marketing Officer Ryanair



Sebastian Bayer Geschäftsführer dm-drogerie markt



Dr. Ulf SantjerGlobal Director Corporate Communications **Puma**



Adriana Nuneva Vice President Global Marketing Industrial TE Connectivity



Emre Turanli
Head of Retail Marketing
DACH Cluster
Shell Deutschland Oil

Eine gemeinsame Veranstaltung von:







Medienpartner:



GRUSSWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

fast 900 Teilnehmer haben sich bereits für den 44. Deutschen Marketing Tag am 23. November 2017 angemeldet. Das Motto in Frankfurt: #_Next_Level_Marketing. Selten war die Marketing-Funktion so vielschichtigen Änderungen unterworfen. Gerade deshalb ist systematisches Handlungs- und Orientierungswissen im Dschungel der Vielzahl an Tools, Konzepten, Anbietern etc. für Unternehmen heute gefragter denn je.

In diesem Jahr erwarten die Teilnehmer neue Formate und Angebote für mehr Interaktivität und Live-Erlebnisse. Neu ist auch der **Auftakt zum 44. Deutschen Marketing Tag am**22. November: Der "Deep Dive" für eine intensive Beleuchtung von Themen im kleineren Kreis wie "Goodbye klassische Werbung – Lernen vom Conversational Commerce à la WeChat in Asien" oder "Future of Food".

Nutzen Sie die Gelegenheit für intensives Networking bereits am Vorabend des 44. Deutschen Marketing Tags und besuchen Sie unser WarmUp – das offizielle Vorabend-Event – am 22. November ab 19:30 Uhr im Depot 1899 in Frankfurt. Die Themen der **Breakout-Sessions** am 23. November sind u.a.:

- · Sinkendes Vertrauen in Marken ... was machen? (Purpose Driven Marketing)
- Künstliche Intelligenz, Bots & Voice Recognition...
 Ende der App-Economy?
- · Return-on-Marketing-Investment ... Wege zur Optimierung

In Session 5 haben vier Startups die Möglichkeit, ihre Geschäftsidee zu präsentieren und durch Abstimmung der anwesenden Fachzuhörer zum Gewinner gekürt zu werden. **Die Bewerbungsphase läuft noch bis zum 15. September**.

Auf der Abendveranstaltung wird im Anschluss an den Kongress auch 2017 wieder der **Deutsche Marketing Preis** verliehen.

Seien Sie am **23. November 2017 im Kap Europa Frankfurt a. M.** dabei, wenn die 1.500 erwarteten Teilnehmer über den nächsten Evolutionssprung des Marketings diskutieren.

Wir freuen uns auf Sie!

Prof. Dr. Ralf F. Strauß

Präsident, Deutscher Marketing Verband

Christian Thunig

Chefredakteur, absatzwirtschaft

Doana Stater

Ioana Sträter

Geschäftsführerin, Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt

PROGRAMM

DEEP DIVE & WARMUP | 22.11.2017

4 PARALLELE INHALTSSESSIONS | 17:30 - 19:00 UHR

SESSION 1

JuMPs Only Mut, Neugier und Rückhalt – Wie ein Unternehmen

auf die Idee kommt, "im Dschungel" zu werben und

was es daraus macht

SESSION 2

Goodbye klassische Werbung – Lernen vom Conversational

Commerce in WeChat

Erfolg durch Conversational Commerce –

WeChat bei Medela in China

Conversational Commerce und Marketing Automatisierung

auf neuen Plattformen

SESSION 3

Agile Organisation – von der Theorie zur Praxis

Wie werde ich als Unternehmen agil?

Die Selbstentwickler als Enabler für agile Organisationen

SESSION 4

Future of Food Gute Zutaten für eine gesunde Zukunft!

Food is the new fashion

WARMUP ZUM 44. DEUTSCHEN MARKETING TAG | 19:30 – 24:00 UHR (zusätzliche Anmeldung erforderlich)

Das Programm steht ganz im Zeichen eines geselligen Zusammenseins in lockerer Atmosphäre für

das Networking mit neuen und alten Kontakten in der Marketingszene.

Besonderes Highlight: Julius van de Laar, Van de Laar Campaigning zum Thema "Wahlkampf 2.0 – Neustart erforderlich!" (Buchung des WarmUp-Tickets über www.deutschermarketingtag.de)



Michael Hähnel Member of the Management Board Bahlsen



Thomas Grom
Vice President Global Marketing &
Digital Business
Medela



Adriana Nuneva Vice President Global Marketing Industrial TE Connectivity



Jan Kegelberg Chief Digital Officer & Geschäftsführer SportScheck



Steffen KösterBereichsleiter Marketing **J. Bünting Beteiligung**



Alexander Drees Brand Director Maggi Nestlé



Johannes Mauss Marketing Director Vapiano



PROGRAMM

DMT HAUPTPROGRAMM | 23.11.2017 | KAP EUROPA

09:00 Begrüßung und Eröffnung des 44. Deutschen Marketing Tags

Prof. Dr. Ralf E. Strauß

Präsident

Deutscher Marketing Verband

Claudio Montanini

Präsident

Marketing Club Frankfurt

Detlef Braun

Geschäftsführer

Messe Frankfurt

Markus Frank

Stadtrat

Stadt Frankfurt

09:30 Opening Keynote: Future of the Airline Industry ... the Zero Cost Flight?

Kenny Jacobs

Chief Marketing Officer

Ryanair









10:00 Roundtable: Wege aus der Commodity-Falle?!

Dr. Uwe Kolks

Mitglied der Geschäftsführung Privatkunden

E.ON Energie Deutschland

Michael Schuld

Leiter Kommunikation & Vertriebsmarketing

Telekom Deutschland

Sandra Schwimbersky Marketing Leiterin

Aral





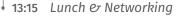
10:45 Verleihung Best of DMV 2017

Präsentation des besten regionalen Marketing Club Preises 2017 **

11:00 Kaffeepause

11:45 Parallele Breakout-Sessions 1 – 6

- Sinkendes Vertrauen in Marken ... was machen?
 (Purpose-Driven Marketing)
- Sportsponsoring: Effizient oder eher Wunschdenken?
- Künstliche Intelligenz, Bots & Voice Recognition ... Ende der App-Economy?
- Marketing Science meets Practice:
 Von Big Data zu Smart Data & Analytics
- Startup-Pitch (MarketingTech & Big Data/Analytics)
- Make Experience Your Business. Nur das Kundenerlebnis z\u00e4hlt.





DMT HAUPTPROGRAMM | 23.11.2017 | KAP EUROPA

14:45 Keynote:

Transformation eines Traditionshauses in eine digitale Zukunft

Christof Queisser

Vorsitzender der Geschäftsführung

Rotkäppchen-Mumm



15:15 Roundtable: Influencer Marketing - Alles nur VIP-Hype?

Stefan Ropers

Managing Director

Adobe

Martin Hötzel

Geschäftsführer Vertrieb & Marketing

Warsteiner

Tanja Mehler

Marketing Manager Europe -Lifestyle Brands

Olympus Europa

Dr. Boris Fröhlich

Geschäftsbereichsleiter Marketing & Vertrieb Deutschland

B.Braun Melsungen



16:20 Verleihung

Deutscher Wissenschafts Preis 2017

16:30 Kaffeepause & Networking

Parallele Breakout-Sessions 7 - 12 17:15

- Dynamic Pricing ... Auf dem Weg zur kundenindividuellen Preisgestaltung
- Return-on-Marketing-Investment (ROMI) ... Wege zur Optimierung
- Content Marketing ... die Rückkehr zu alten Tugenden?
- JuMP Session: Neue Kriterien im Recruiting ... Kampf der Klonkrieger vs. individuelle High Professionals?
- Data Driven (Programmatic) Advertising ... Goodbye Mediaagenturen?
- Marken fit für morgen machen

18:45 JuMP Exklusiv Programm: Alter Hase trifft Junge Füchse

18:45 Live-Session: Die Bedeutung realer Begegnungen

Philipp Ferger

Bereichsleiter Konsumgütermessen

Messe Frankfurt



20:00 Abendveranstaltung inkl. Verleihung **Deutscher Marketing Preis 2017 &**

After-Show-Party









PARALLELE BREAKOUT-SESSIONS 1-3 | 11:45 - 13:15

BREAKOUT-SESSION 1 Sinkendes Vertrauen in Marken ... was machen? (Purpose-Driven Marketing)

bilou - Bibi loves you. Markenaufbau 2.0



Anja Bettin Managing Partner Philosophy Brands

Rotkäppchen – Eine gesamtdeutsche Lovebrand



Cathrin Duppel Leiterin Marketing Sekt & Wein Rotkäppchen-Mumm

Alle 11 Minuten verliebt ... Erfolgreiches Brand Management im Dating Markt



Herbert Murschenhofer Chief Marketing Officer PARSHIP ELITE

BREAKOUT-SESSION 2 Sportsponsoring: Effizient oder eher Wunschdenken?

WWE eine globale Sport-Entertainment-Marke für innovative Sponsoring-Integration



Stefan Kastenmüller Senior Vice President World Wrestling Entertainment (WWE)

Aktiviere Dein Sponsorship!

Wie Puma mit seinen Markenbotschaftern bei Sport und Style neue Fans und Follower gewinnt



Dr. Ulf SantjerGlobal Director Corporate
Communications **Puma**

Jenseits von "Chairman's Choice" – Sinnvolle Sponsoring-Engagements



Jürgen Lieberknecht Vorstand Privatkunden TARGOBANK

FC Bayern München – Plattform für Fan- & Kundeninteraktionen weltweit und in Realtime



Benjamin Steen
Head of Digital Marketing & CRM
FC Bayern München

BREAKOUT-SESSION 3 Künstliche Intelligenz, Bots & Voice Recognition ... Ende der App-Economy?

Kundeninteraktion automatisiert - Bots bei der Sparkasse



Silke Lehm
Leiterin Marketing-Kommunikation
Deutscher Sparkassen- und
Giroverband

Al and the Future of Marketing



Sven Krüger Leiter Marketing T-Systems

Beyond touch – Wie bekommt man Conversational Commerce auf die Straße?



Christoph Linß
Projektleiter Corporate Strategy
& Development
Otto Group

PARALLELE BREAKOUT-SESSIONS 4-6 11:45 - 13:15

BREAKOUT-SESSION 4 Marketing Science meets Practice: Von Big Data zu Smart Data & Analytics

Das Ende der Digitalisierung – Transformation, Customer Experience und Smart Automation



Anja Stolz Bereichsleiterin Kundenmanagement & Kommunikation Commerzbank





Dr. Jens Reich Chief Marketing Officer **Mr. Spex**





Prof. Dr. Bernd Skiera
Professor für Betriebswirtschaftslehre, speziell
Electronic Commerce
Johann Wolfgang GoetheUniversität Frankfurt am Main

BREAKOUT-SESSION 5 Startup-Pitch



Ihr seid ein **junges Startup** und habt innovative und smarte Lösungen im Bereich **Automatisierung** oder **Big Data/ Analytics** entwickelt? Ihr habt Visionen und Leidenschaft für eure Idee und braucht noch einen Wachstumsschub in der Marketingbranche?

Dann seid ihr hier genau richtig:

Bewerbt euch bis zum **15. September 2017** und sichert euch einen der vier Gewinnerplätze beim Startup-Pitch auf dem 44. Deutschen Marketing Tag und pitcht live in Session 5 vor der Marketing-Zuschauer-Jury.

Weitere Infos unter: www.deutschermarketingtag.de/startuppitch "Innovative Ideen, neue
Arbeitsplätze und viel Kampfgeist –
Startups haben sich mittlerweile in der
Marketingszene etabliert und glänzen mit
herausragenden Lösungen, von denen
wir einige beim Deutschen Marketing Tag
präsentieren und eine besondere
auszeichnen werden."



Dr. Florian Heinemann Gründer und Geschäftsführer **Project A Ventures**

BREAKOUT-SESSION 6 Make Experience Your Business. Nur das Kundenerlebnis zählt.

Seamless ... Customer Experience am Beispiel von Philips



Thomas Schönen Head of Brand, Communications, Digital & Marketing Philips

PARALLELE BREAKOUT-SESSIONS 7 – 9 | 17:15 – 18:45

BREAKOUT-SESSION 7 Dynamic Pricing ... Auf dem Weg zur kundenindividuellen Preisgestaltung

Preisgarantie und SmartDeal - Individuelles Pricing auf Basis eines Loyalty Programms



Emre Turanli Head of Retail Marketing DACH

Shell Deutschland Oil

Vom Sitzplatz zu Mehrwertdiensten - Pricing-Revolution in der Airline-Industrie



Christian Popp Head of Distribution & Revenue Management Strategy & **Business Analytics** Deutsche Lufthansa

Sebastian Bayer Geschäftsführer dm-drogerie markt



BREAKOUT-SESSION 8 Return-on-Marketing-Investment (ROMI) ... Wege zur Optimierung

Return-on-Marketing-Investment - Startet bereits bei der Marketing-Planung



Dr. Thomas Barthel Leiter Corporate Marketing & Vertrieb TÜV Rheinland



Jürgen Griebsch Senior Vice President Corporate Strategic Marketing BSH Hausgeräte



Claudia Frese Vorstandsvorsitzende My Hammer



Tobias Meffert Senior Business Intelligence Bisnode Deutschland

ROI getriebenes Marketing aus der Sicht einer Digitalplattform

Wege zur Marketing-Spend-Optimization

Goodbye to Multibrands?

BREAKOUT-SESSION 9 Content Marketing ... die Rückkehr zu alten Tugenden?

everyday extraordinary – Markenkommunikation für die erfolgreichste Kristallmarke der Welt



Birgit Berthold-Kremser SVP Corporate Branding & Communication Swarovski

"Auf alles eingerichtet" - Content Marketing mit Augenzwinkern



Heiko Klauer Marketing Leiter Deutschland IKEA Deutschland





Ralf Geiger Head of Consumer Marketing VAUDE Sport



Patrick Dinger Brand Director Deutschland DS Automobiles

DS Automobiles - Content à la française

PARALLELE BREAKOUT-SESSIONS 10 – 12 | 17:15 – 18:45

BREAKOUT-SESSION 10 Jump Session: Neue Kriterien im Recruiting ... Kampf der Klonkrieger vs. individuelle High Professionals?

Anakin Skywalker - Ein erfolgreicher Quereinsteiger?



Thomas Harrer Bereichsleiter Hays

How to win the war of talents: The 10 commandments of new work recruiting



Jan Kowalsky Director Brand Marketing XING

BREAKOUT-SESSION 11 Data Driven (Programmatic) Advertising ... Goodbye Mediaagenturen?

Programmatic 2.0 – Der nächste Evolutionssprung im Data Driven Advertising

Von 0 auf 100 Programmatic

Data Driven Advertising - Segen Automatisierung, Fluch fehlende Messstandards?



Markus Frank Managing Director DACH Oath Germany



Dagmar Wallat
Head of Media/Strategische
Planung
ComDirect



Uwe Storch Head of Media Ferrero

BREAKOUT-SESSION 12 Marken fit für morgen machen

Marken fit für morgen machen - Nur wie?

Marken fit für morgen machen - Penny reloaded

Moderation: Joachim Bader, CEO Central Europe Wunderman und Monika Schürholz, Chief Strategy Officer Ogilvy



Hartmut Scheffler Managing Director Kantar TNS



Marcus Haus Marketingleiter Penny, Gesamtmarketingleiter REWE Group REWE Group

DEUTSCHER MARKETING PREIS 2017

Auch in diesem Jahr erwartet Sie als Highlight am Abend des Kongresses die Verleihung des Deutschen Marketing Preises 2017. Der Preis ist seit 1973 die Premium-Auszeichnung für eine Spitzenleistung im deutschen Marketing. Der Preisträger reiht sich ein in eine Liste namhafter Unternehmen u.a.:

- mymuesli (2016)
- Motel One (2015)
- ♦ ImmobilienScout24 (2014)
- Lindt (2013)

- Zalando (2012)
- Schüco (2011)
- Deutsche Telekom (2010)
- Schwarzkopf (2009)

Freuen Sie sich auf einen unterhaltsamen Abend in feierlicher Atmosphäre sowie mit kulinarischen Höhepunkten und nutzen Sie die Zeit für Gespräche und Kontakte mit interessanten Köpfen aus dem Marketing.

Auf der After-Show-Party feiert das "Who-is-Who" der Marketingbranche Deutschlands bis in die frühen Morgenstunden. Seien Sie live dabei und erfahren Sie als Erster, wer sich 2017 die begehrte Trophäe sichern kann.





VX. MOTEL-ONE.







www.deutschermarketingtag.de

PREMIUM PARTNER

















#_Next_Level_Marketing

- 1.500 erwartete Teilnehmer
- Top Brands mit fundierten Best Practice-Cases
- Inspirierendes Themensetting u.a. zu Influencer Marketing, Data Mining, Recruiting und Dynamic Pricing
- Neue Formate und Angebote für Live-Erlebnis und Interaktivität
- All in One: "Deep Dive"-Session am Vortag, Tageskongress und Abendveranstaltung mit Verleihung des Deutschen Marketing Preises und After-Show-Party

Werden Sie Partner oder Aussteller

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme:

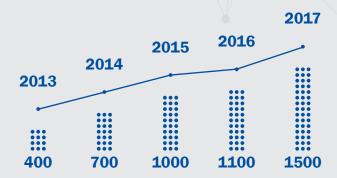
Linda Naumann, Sales Managerin

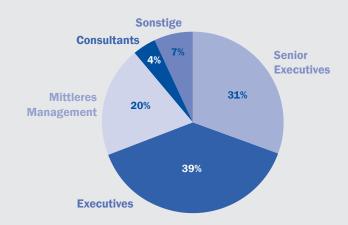
- **9** 069-2424-4796
- naumann@managementforum.com

Julia Bolz, Projekt-/Verbandsmanagerin

- 0211-864 06-12
- bolz@marketingverband.de

Teilnehmerzahlen & Job Level





Anmeldung

Internet

Management Forum der VHB GmbH, Eschersheimer Landstr. 50, 60322 Frankfurt



44. DEUTSCHER MARKETING TAG

#_Next_Level_Marketing

Online gedruckt bei:



Anmeldung 🗏 +49 (0) 69 / 2424-4799

mermit metae ich mich zum 44. Deutschen Marketing lag am 25.11.2017 in Frankfurt an.	
Zum regulären Preis in Höhe von 990,- € (p.P. zzgl. MwSt.)	Zum Sonderpreis für Mitglieder in Marketing Clubs in Höhe von 640,- € (p.P. zzgl. MwSt.)
	Ich bin Mitglied im Marketing Club: (Region)
 Ja, ich nehme auch an der Verleihung des Deutschen Marketing Preises am Abend des 23.11.2017 teil (im Preis inkludiert). Ja, ich nehme auch an den "Deep Dive"-Sessions am Vortag (22.11.2017, 17:30-19:00 Uhr) teil (im Preis inkludiert). 	
Ja, hiermit buche ich zusätzlich die Teilnahme am WarmUp (22.11.2017, ab 19:30 Uhr): 49,- € (p.P. zzgl. MwSt) im Depot 1899, Frankfurt	
Firma	
Name, Vorname	Position
Telefon*	E-Mail*
Straße	PLZ/Ort
Datum, Unterschrift	

Organisation durch:

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99 E-Mail: info@managementforum.com

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen (Auszug aus den AGB): Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen Kongress beträgt 990,- €,¬ zzgl. MwSt. p.P. bzw. 640,- €,¬ zzgl. MwSt. p.P. für Mitglieder in einem Marketing Club. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke, das Mittagessen und die Abendveranstaltung. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung per Post. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, sofern kein anderes Zahlungsziel auf der Rechnung ausgewiesen ist. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,-€erhoben, wenn die Absage spätestens bis 26. Oktober 2017 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 26. Oktober 2017 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten sowie Themenänderungen vor. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Management Forum. Die AGB sind einsehbar unter www.managementforum.com/agb.

atenschutz:

Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main, Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 -47 70, Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 -47 99, E-Mail: info@managementforum.com (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.