



DEUTSCHER
MARKETING
TAG

Programm

46. DEUTSCHER MARKETING TAG

#marketing_centricity

4./5. Dezember 2019 | Düsseldorf

www.marketing-tag.de

Eine gemeinsame
Veranstaltung von:

absatzwirtschaft
Zeitschrift für Marketing


DEUTSCHER MARKETING VERBAND

■ **managementforum** ■
HANDELSBLATT MEDIA GROUP

WILLKOMMEN ZUM

46. DEUTSCHEN MARKETING TAG

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir freuen uns sehr, Ihnen heute das Programm des 46. Deutschen Marketing Tages am 4./5. Dezember 2019 in Düsseldorf präsentieren zu können.

Das diesjährige Motto des Kongresses: **#marketing_centricity**.

Die Digitale Transformation hat rasant Fahrt aufgenommen und stellt Unternehmen weiterhin vor Herausforderungen, die sowohl die Kernstrategien, die Unternehmenskultur, die Organisation, die Wertschöpfungsketten und die Prozesse grundlegend verändern. Klar ist: Marketing ist im Lead und in der Verantwortung für Unternehmenserfolge.

Der zweitägige Kongress bringt 2.000 Top-Experten aus Marketing, Vertrieb und Produktmanagement zusammen, um über genau diese Themen zu diskutieren, „Best Practices“ zu teilen und gemeinsam die Themenfelder aus den jeweiligen Branchen-Blickwinkeln zu beleuchten.

Das Motto #marketing_centricity wird von über 120 hochkarätigen, nationalen und internationalen Referenten in Master Classes, Deep Dive- und Breakout Sessions, Plenarvorträgen und Diskussionsrunden aus allen Perspektiven beleuchtet und mit Know-how angereichert.

Als Abschluss des Kongresses wird im Rahmen der Abendveranstaltung auch 2019 wieder der Deutsche Marketing Preis für die beste Marketing Leistung verliehen.

Seien Sie am 4./5. Dezember 2019 dabei, wenn 2.000 Marketing-Experten über die aktuellen Herausforderungen des Marketings diskutieren.

Wir freuen uns auf Sie!

Prof. Dr. Ralf E. Strauß
Präsident
Deutscher Marketing Verband

Annette Walz
Head of Management Forum
der Handelsblatt Media Group GmbH

Georg Altrogge
Herausgeber
Absatzwirtschaft

IHR KONGRESS AUF EINEN BLICK

THEMEN IM ÜBERBLICK:

- Voice Commerce
- Customer Experience
- Künstliche Intelligenz
- Omnichannel Retail
- Blockchain
- Lost Brands
- CRM Best Practices
- Fail Faster
- Addressable TV
- Marketing Tech
- Healthcare Marketing
- Digitale Transformation



2.000
Teilnehmer



120
Referenten



Insights
zu Best Practices
von Key Playern



All in One
Workshops,
Case Studies, Kongress,
Abend-Veranstaltung,
After-Show-Party

„Es geht nicht um Fehlerkultur, sondern um eine Wagnis- und neue Lernkultur! Lean Startup für das Marketing!“

Fail Faster – Dr. Torsten Wingenter, Mitgründer Initiative Digitalisierung Mittelstand, Digital Catalysts

„Dem digitalen Eco-System fehlt ein entscheidender Baustein: Der Pixel im Kopf des Konsumenten.“

Marketing Tech – Norman Wagner, Head of Group Media, Deutsche Telekom AG

DER ABLAUF IM ÜBERBLICK

MITTWOCH, 4. DEZ. 2019

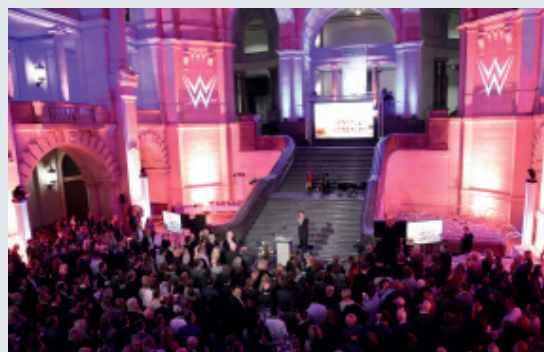
16:30 BEGRÜSSUNG

Parallele Deep Dive-Sessions 1-8

JuMPs Session

19:30 WARM-UP

Networking Party – Als Auftakt zum 46. Deutschen Marketing Tag im Foyer der Halle 1 der Messe Düsseldorf



Einen detaillierten Überblick finden Sie auf den Seiten 8 bis 13.
Weitere Einblicke finden Sie unter www.marketing-tag.de

DONNERSTAG, 5. DEZ. 2019

09:00 WILLKOMMEN UND ERÖFFNUNG

KEYNOTE INTERNATIONAL
Steven Bartlett, Social Chain Group

KEYNOTE NATIONAL
Marcus Haus, PENNY-Markt GmbH

ROUNDTABLE

KEYNOTE INTERNATIONAL
Gudrun Herrmann, ByteDance (TikTok)

KAFFEPAUSE

Parallele Breakout Sessions 1-6 Parallele Master Classes 1+2

LUNCH

Parallele Breakout Sessions 7-12 Parallele Master Class 3+4

KAFFEPAUSE

KEYNOTE INTERNATIONAL
Vikram Bhaskaran, Pinterest

ROUNDTABLES

KEYNOTE NATIONAL
Anders Indset, Wirtschaftsphilosoph, Bestsellerautor „Quantenwirtschaft“

WRAP-UP & CLOSING

Get-Together JuMP Exklusiv Programm
Alter Hase trifft Junge Füchse

19:30 DEUTSCHER MARKETING PREIS VERLEIHUNG UND AFTERSHOW-PARTY

DEUTSCHER MARKETING PREIS 2019

VERLEIHUNG AM ABEND DES 5. DEZEMBER

in der Nachtresidenz

Düsseldorf



Auch in diesem Jahr erwartet Sie als Highlight am Abend des Kongresses die Verleihung des Deutschen Marketing Preises 2019. Der Preis ist seit 1973 die Premium-Auszeichnung für Spitzenleistungen im deutschen Marketing.

Der Preisträger reiht sich ein in eine Liste namhafter Unternehmen u.a.:

- Kärcher (2018)
- thermomix (2017)
- mymuesli (2016)
- Motel One (2015)
- ImmobilienScout24 (2014)

- Lindt (2013)
- Zalando (2012)
- Schüco (2011)
- Deutsche Telekom (2010)
- Schwarzkopf (2009)

Auf der After-Show-Party feiert das „Who-is-Who“ der Marketing-Branche Deutschlands bis in die frühen Morgenstunden. Seien Sie live dabei und erfahren Sie, wer sich 2019 die begehrte Trophäe sichern konnte.

KEYNOTES
IM ÜBERBLICK



Robert Ader,
Vice President Customer Relations,
Porsche AG

„Entscheidend für gutes CRM ist nicht nur die Technologie und die hohe systemische Integration. Der wesentliche Erfolgsfaktor ist die kollaborative Datennutzung über alle Vertriebsstufen, Märkte und Fachbereiche hinweg.“

BREAKOUT SESSION 8



Steven Bartlett,
Gründer und CEO,
Social Chain Group

„There are more ways than ever to integrate AI into marketing and social media campaigns as a means to bridge the gap between science and execution. In a world where strategies are content led, I will show you how to optimise the production of content to incorporate the consistent, pioneering changes within the digital world.“

PLENUM



Vikram Bhaskaran,
Director of Global Vertical Strategy & Marketing, Pinterest

„We are at a tipping point where consumers are blocking out advertising that is not personal and additive. The best brands today have to not only tell breakthrough stories to rise above the fray but also show people how their products and services meaningfully add to peoples lives.“

PLENUM



Elisa Buhr,
Marketing Manager Ahoj-Brause,
Katjes Fassin GmbH + Co. KG

„Sich neu erfinden ohne den Kern und die Glaubwürdigkeit der Marke zu verlieren. Darin liegt die Kunst im Kampf um Aktualität und Aufmerksamkeit. Dies gilt vor allem für Marken mit Kultfaktor und langer Tradition.“

BREAKOUT SESSION 1



Prof. Dr. med. Jörg Debatin,
Chairman, Health Innovation Hub (HIH)
Bundesministerium für Gesundheit

„Ich weiß aus meiner praktischen Erfahrung, dass die Digitalisierung der Medizin ein Mehr an Sicherheit, Gesundheit, und Zeit für Ärzt*innen und Pflegende schafft. Entscheidend an dieser Stelle ist aber auch immer die Kommunikation, das Marketing, wenn Sie so wollen.“

DEEP DIVE 8



Mark Hartmaring,
Direktor Marketing & Sales Planning,
TARGOBANK AG

„SMART Data ist Kunst aus Big Data Überflüssiges zu beseitigen und mit Hilfe der Mathematik Klarheit zu schaffen.“

BREAKOUT SESSION 4



Michael Hartwig,
Managing Partner Central Europe,
Yext

„Die Welt der Online-Suche erlebt aktuell einen massiven Wandel – von chaotischen Ergebnissen hin zu verifizierten Antworten, weg von Keywords und hin zu Fragen. Die Customer Journey von heute beginnt mit einer Frage und Konsumenten erwarten eine richtige Antwort.“

BREAKOUT SESSION 5



Marcus Haus, Bereichsleiter Marketing PENNY und Konzernmarketing REWE Group, PENNY-Markt GmbH

„Viele Marken haben es schwer, überhaupt eine Beziehung zu den Menschen aufzubauen. Das gelingt nur, wenn sie eine klare Überzeugung/Haltung und Daseinsberechtigung haben. Eine Marke braucht einen Brand Purpose, der zum Ausdruck bringt, welche Rolle sie im Leben der Menschen spielen kann und will.“

PLENUM



Gudrun Herrmann,
Head of Communications DACH,
ByteDance (TikTok)

„Today's generation wants their content raw like real life, their admired celebrities frank and upfront, their forms of self-expression edgy and non-conforming. #irl not #instalife.“

PLENUM



Anders Indset,
Wirtschaftsphilosoph,
Bestsellerautor „Quantenwirtschaft“

„Wir brauchen die Philosophie von gestern gepaart mit der Wissenschaft und der Technologie von morgen.“

PLENUM



David Kaiser,
General Manager Alexa Skills
Germany and Austria, Amazon

„Sprache ist der natürlichste und einfachste Weg mit Menschen zu interagieren. Die Sprachtechnologie von Amazon Alexa eröffnet neue Möglichkeiten für Unternehmen und Marketingentscheider – von der Kundenansprache über die Nutzerbindung bis hin zum Voice Shopping. Eine Voice-Strategie sollte Teil jedes Marketingplans sein.“

DEEP DIVE 2



Dr. Rahmyn Kress,
Chief Digital Officer Henkel & Founder
Henkel X, Henkel AG & Co. KGaA

„Die digitale Transformation betrifft uns alle. Wir alle sollten zusammenkommen und unabhängig von Größe, Branche und Land zusammenarbeiten, um uns auf die Stärken des anderen zu konzentrieren, anstatt gegeneinander zu arbeiten.“

DEEP DIVE 4



Dr. Peter Pirner,
Domain Lead Customer Experience,
Kantar Deutschland

„Durch ein beeindruckendes Line Up von Referenten aus unterschiedlichsten Unternehmen beleuchten wir das Thema Customer Experience Management praxisnah und in überraschenden Facetten – um Sie zu inspirieren und neue Anknüpfungspunkte zu schaffen.“

BREAKOUT SESSION 3



Marina Sverdel,
Leiterin Customer Experience,
METRONOM

„Digitale Transformation braucht einen Herzschlag. Intelligente Algorithmen und Maschinen werden immer schneller rechnen als wir. Mensch bleibt aber der wichtigste Faktor in diesem technologischen Spiel – mit seiner Empathie, Vorstellungskraft, interkultureller Intelligenz, Leidenschaft und mit seiner Kreativität.“

BREAKOUT SESSION 6



Dr. Shermin Voshmgir, Gründerin BlockchainHub, Direktorin des Instituts für Krypto-Ökonomie, WU Wien

„Tokens, als Anwendung von Blockchains und des Web3, sind ebenso revolutionär wie die Entstehung von Webseiten als Anwendung des Internets im Jahr 1991. Sie ermöglichen einen einfachen Wertaustausch und können auch Marketing und Social Media von Grund auf verändern.“

BREAKOUT SESSION 9



Dr. Robert Karl Wiegand,
Bereichsleiter Marketing, REWE Group/ toom Baumarkt GmbH

„Wenn Technik King sein soll, dann ist Content King Kong.“

BREAKOUT SESSION 7

PROGRAMM | VORTAG

MITTWOCH, 4.12.2019

MESSE DÜSSELDORF, FOYER HALLE 1

- 16:30

BEGRÜSSUNG
Dirk Krüsenberg, Präsident Marketing Club Düsseldorf
Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident,
Deutscher Marketing Verband
- JUMPS SESSION

VW Recharged – die Neuerfindung einer Traditionsmarke
Dr. Gilbert Heise, Leiter Global Brand Management,
Media und Consumer Insights der Marke Volkswagen,
Volkswagen AG
- DEEP DIVES

Ziel der Deep Dive-Sessions ist es, mit Experten die folgenden Themen tiefergehend und interaktiv zu diskutieren:
- #1

Login – Allianzen – kommt jetzt das europäische Gegengewicht zum Monopol von Google, Facebook et al.?
Roland Adrian, Geschäftsführer, Verimi
Sven Bornemann, Vorstandsvorsitzender,
European netID Foundation
Thomas Schick, Leiter Vertriebsrecht, Datenschutz,
Digital Ventures, ERGO Group AG
Nils Stamm, Chief Digital Officer, Telekom Deutschland GmbH
- #2

Voice Commerce – müssen wir unsere Reichweite wieder von Null neu aufbauen?
Nikolaus Haindl, Senior Manager Marketing,
Burger King Deutschland GmbH
David Kaiser, General Manager Alexa Skills
Germany and Austria, Amazon
Martin Meister, Geschäftsführer, Chefkoch GmbH

- #3

Customer Journey Analyse – Die Reise des Kunden verstehen und Umsätze steigern
Presented by: The Reach Group GmbH
Florian Hoffmeister, Director Customer Marketing
QVC International, QVC Handel S.à r.l. & Co. KG
Ute Lauer, Head of Marketing Steering,
Intelligence & Processes, Deutsche Lufthansa
Prof. Dr. Marcus Schögel, Director / IfM-HSG /
Institut für Marketing, Universität St. Gallen
Tim Seewöster, Geschäftsführer, The Reach Group GmbH
- #4

Wie gelingt die Digitale Transformation? ... die wichtigsten Erfolgsfaktoren
Cathrin Duppel, Marketing Direktor,
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien
Andrea Geisler, Leiterin Digital Marketing,
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien
Jens Klitzke, Leitung Digitalization Sales, Volkswagen AG
Alexander Knorn, Head of Digital – Aftermarket,
ZF Friedrichshafen
Dr. Rahmyn Kress, Chief Digital Officer Henkel &
Founder Henkel X, Henkel AG & CO. KGaA
- #5

Startup Bootcamp - AdTech & Big Data
Die vier Finalisten des Start-Up Bootcamps präsentieren der Zuschauer-Jury ihre Konzepte zu Themen wie Marketing-Automatisierung, Ad Technologies oder auch Big Data/Analytics.
Moderation durch Dr. Florian Heinemann,
Geschäftsführer, Project-A Ventures
- #6

Omnichannel Handel – Hype oder Notwendigkeit für den hypervernetzten Kunden?
Mirko Casper, CO-CEO, Mister Spex GmbH
Hubert Kluske, CCO Marketing & Vertrieb,
TUI Deutschland GmbH
Bernd Rützler, Executive Vice President Corporate Marketing
& Brand Management, Alfred Kärcher SE & Co. KG
Dennis Zepf, Manager International Key Account
Management Sales Retail Channels, Alfred Kärcher SE & Co. KG



- #7

Science Slam – welcher wissenschaftliche Beitrag überzeugt?
Moderation durch Prof. Dr. Marko Sarstedt, Professor für
Marketing, Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
Prof. Dr. Monika Imschloss, IFH-Juniorprofessor für
Marketing und Retailing, Universität zu Köln
Prof. Dr. André Marchand, Professor für Marketing
& Digital Environment, Universität zu Köln
Dr. Klaus Miller, Juniorprofessor für Quantitatives
Marketing, Goethe Universität Frankfurt
Prof. Dr. Sascha Raithel, Professor für Marketing,
Freie Universität Berlin
- #8

Healthcare Marketing ... erwacht der schlafende Riese? Chance für Innovatoren
Lars Adloff, Geschäftsführer,
Polar Electro GmbH Deutschland
Nils Behrens, Geschäftsführer des Lans Medicum und
CMO der Lanserhof Gruppe, Lanserhof Gruppe
Prof. Dr. med. Jörg Debatin, Chairman,
Health Innovation Hub (HIH)
Bundesministerium für Gesundheit
Franz Knieps, Vorstand, BKK Dachverband e.V.

- 19:30

WARM-UP
Networking-Party – als Auftakt zum 46. Deutschen Marketing Tag
im Foyer der Halle 1, Messe Düsseldorf
Begrüßung mit Thomas Geisel,
Oberbürgermeister der Stadt Düsseldorf

Stand August 2019
Weitere Einblicke finden Sie unter
www.marketing-tag.de

PROGRAMM | HAUPTTAG

DONNERSTAG, 5.12.2019

CCD CONGRESS CENTER DÜSSELDORF

9:00



PLENUM

Moderation: Corinna Wohlfeil,
Wirtschafts- und Börsenexpertin n-tv

Willkommen und Eröffnung

Werner Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung,
Messe Düsseldorf
Thomas Geisel, Oberbürgermeister, Stadt Düsseldorf
Dirk Krüssenberg, Präsident, Marketing Club Düsseldorf
Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident, Deutscher Marketing Verband

AI and Social Media – How we are no longer in control KEYNOTE INTERNATIONAL

Steven Bartlett, Gründer und CEO, Social Chain Group

Die Kraft von Brand-Storytelling – Wie PENNY Markenhaltung zur Erfolgsstory macht KEYNOTE NATIONAL

Marcus Haus, Bereichsleiter Marketing PENNY und Konzern-
marketing REWE Group, PENNY-Markt GmbH

Traditionelle Führung ist out, alle werden „agil“ ... aber wie?

ROUNDTABLE

Marie-Christin Blume, Digital Business Development Manager,
Drägerwerk AG & CO. KGaA
Pascal Dulex, Culture Coach & Creative Director, FREITAG lab. ag
Frank Kohl-Boas, Leiter Personal & Recht, ZEIT Verlagsgruppe
Dr. Peter Opdemom, Geschäftsführer, congstar GmbH
Dr. Robert Poschacher, Bereichsverantwortlicher
Produktmanagement und Kundenentwicklung,
Alnatura Produktions- und Handels GmbH

Stay Woke! – Today's generation craving for a new form of entertainment KEYNOTE INTERNATIONAL

Gudrun Herrmann, Head of Communications DACH,
ByteDance (TikTok)

KAFFEEPAUSE



#1

PARALLELE BREAKOUT SESSIONS

Praxisnahe Breakout Sessions mit Diskussionen
und Networking.

Marken-Management – verschwinden Marken in der Bedeutungslosigkeit?

Elisa Buhr, Marketing Manager Ahoj-Brause,
Katjes Fassin GmbH & Co. KG
Vera Hulbert, Head of Marketing DACH,
Triumph International GmbH
Björn Loose, Senior Vice President Marketing & Brand,
MAN Truck & Bus SE

#2

Massenhafte Individualisierung – alles nur Hype oder Zukunft der Kundeninteraktion?

Tobias Beutel, Global Director Personalisation Services,
Spreadshirt
Mario Marevic, Head of Marketing, Kids Fashion Group GmbH
& Co. KG / Build-A-Bear Deutschland GmbH

#3

Customer Experience – Neu denken!

Presented by: Kantar
Carsten Cramer, Geschäftsführer, Borussia Dortmund
Geschäftsführungs-GmbH
Daniel Landes, Head of Consumer Insights and Analytics
EU Hub, Philip Morris International
Dr. Peter Pirner, Domain Lead Customer Experience,
Kantar Deutschland
Christian Turban, Partner, Leiter Practice Marketing & Sales,
DB Management Consulting, Deutsche Bahn AG

#4

Big Data zu Smart Data & Analytics – Daten endlich sinnvoll nutzen

Presented by: Bisnode
Dr. Christian Essling, Vice President Analytics & Data Science,
E.ON Energie Deutschland GmbH
Mark Hartmaring, Direktor Marketing & Sales Planning,
TARGOBANK AG
Thomas Mavroudis, Business Lead Smart Data DACH/
Smart Analytics Consulting, BISNODE Deutschland GMBH
Nico Winkelhaus, Director Digital Marketing, PAYBACK GmbH



#5

Marketing Tech – wie neue Plattformen die Grundlage für das Marketing der Zukunft schaffen

Presented by: Yext
Moderation durch Kerstin Clessienne, Gründerin & Geschäfts-
führerin von Rooftop Consulting und MarketingTechLab GmbH
Renata Dacic, Head of Digital Marketing, Deutsche Bank AG
Michael Hartwig, Managing Partner Central Europe, Yext
Marcus Koch, Lehrbeauftragter für Performance Marketing,
HS Furtwangen University
Norman Wagner, Head of Group Media, Deutsche Telekom AG

#6

Künstliche Intelligenz – Aus dem Labor in die Umsetzung

Marina Sverdel, Leiterin Customer Experience, METRONOM
Carola Twrsnick, Client Success Manager, Starmind
Thomas Wrobel, Director Customer Marketing and Data,
Douglas GmbH



PARALLELE MASTER CLASSES 1-2

Vertiefendes 1-stündiges Format zu einem Thema.

Social Media RELOADED: Wie künstliche Intelligenz und Social Media Teams gemeinsam ihre volle Performance entfalten

Presented by: Ambuzzador

Alles ist Content – auf einer Plattform zur digitalen Marketing Transformation

Presented by: Censhare

LUNCH

PROGRAMM | HAUPTTAG

DONNERSTAG, 5.12.2019

CCD CONGRESS CENTER DÜSSELDORF



#7

PARALLELE BREAKOUT SESSIONS (FORTSETZUNG)

Content Marketing ... es könnte doch so einfach sein ...

Steve Plesker, Geschäftsführer Markt/ Produkte,
AOK-Bundesverband
Christian Sieg, Country Director Nordic, Vaillant Group
Barbara Ward, Content | Journalismus | Seminare CMO
Academy GmbH, Barbara Ward
Dr. Robert Karl Wiegand, Bereichsleiter Marketing,
REWE Group/ toom Baumarkt GmbH

#8

CRM Best Practices – Grundlagen für die erfolgreiche Digitalisierung schaffen

Robert Ader, Vice President Customer Relations, Porsche AG
Peter Grebarsche, Head of Digital, Strategy & CRM,
L'Oréal Germany Group
Daniela Meisenheimer, Head of Group Communication &
Digital Marketing, DOEHLER GmbH

#9

Blockchain – Disruption im Marketing?

Christian Meister, Communications Manager, LUKSO
Prof. Dr. Wolfgang Prinz, Stellv. Institutsleiter Fraunhofer FIT,
Fraunhofer FIT / RWTH Aachen
Oliver Volk, Blockchain Enthusiast & Keynote Speaker,
Allianz AG
Dr. Shermin Voshmgir, Gründerin BlockchainHub,
Direktorin des Instituts für Krypto-Ökonomie, WU Wien

#10

Lost Brands – vom Aufstieg und Niedergang starker Marken!

Ralf Balonier, Vertriebsleiter/ Sales Manager, Salamander GmbH
Peter Nortmann, Chief Marketing & Sales Officer, Loewe
Konrad Nowak, Leiter Marketing Fila Europe, Fila

#11

PACKAGING

Increase Value – Decrease Waste

Moderation durch Claudia Josepfs, General Manager,
European Brand & Packaging Design Association

Inspirational Talk: Trends in Retail

Jack Stratten, Senior Trends Consultant, Insider Trends London

Panel Discussion: Reality Check with Experts

Loe Limpens, Co-Founder & Managing Partner, Yellow Dress Retail
Francois Martin, Senior Industry Consultant
Jack Stratten, Senior Trends Consultant, Insider Trends London
Uwe Melichar, Partner, Factor

#12

Best of DMV – die besten regionalen Preisträger der Marketing Clubs im Pitch

Moderation durch Dr. Rolf Schwerdtfeger,
Vorsitzender Beirat DMV e.V.
Tobias Festing, Brand Manager, noventum consulting GmbH
Jan-Philipp Hotze, Geschäftsführer, ÖKOLOCO GmbH
René Kindermann, Geschäftsführer, CitySki GmbH
Volker Piegsa, Geschäftsführer, SV Sandhausen 1916 e.V.
Uwe Rotermund, CEO, noventum consulting GmbH
Tina Scheidler, Head of Design, MyCoffeebag
Jennifer Shirley, Brand Developer und Event Coordinator,
MyCoffeebag



PARALLELE MASTER CLASSES 3-4

Influencer Marketing – rechnet sich das?

Christiane Haasis, Vice President Refreshment DACH, Unilever
Angela Nelissen, Vice President Refreshment DACH, Unilever
Katja Ohly-Nauber, Leiterin Marketing-Kommunikation MBC,
Daimler AG

SMART MARKETING bei der Deutschen Telekom: Digitale Transformation und „Real-time“ Steuerung im Marketing

Presented by: UPPER Network | Marmind
Wolfgang Gröning, Leiter SMART MARKETING, Deutsche Telekom
Peter Ramsenthaler, Geschäftsführer, UPPER Network GmbH

KAFFEPAUSE



PLENUM

Return on Inspiration KEYNOTE INTERNATIONAL

Vikram Bhaskaran, Director of Global Vertical Strategy and
Marketing, Pinterest

Addressable TV – sieht in Zukunft jeder seinen eigenen TV-Sender?

ROUNDTABLE

Michael Burst, Head of Media Insights, EXARING AG
Dr. Jörg Richartz, Vice President Business Development &
Strategy TV, Deutsche Telekom AG
Prof. Dr. Jürgen Seitz, Professor für Marketing, Medien und
Digitale Wirtschaft, Hochschule der Medien Stuttgart

Fail Faster – Lernen aus Fehlern ... geht das überhaupt?

ROUNDTABLE

Georg Hauer, General Manager DACH, N26
Justina Rokita, Director Brand/Product/Communication/
Press, BREE Collection GMBH
Bernhard Steenken, CEO, SMS digital GmbH
Dr. Torsten Wingenter, Mitgründer Initiative Digitalisierung
Mittelstand, Digital Catalysts

Von der „New Economy“ zur „Q Economy“ – Die Welt von morgen gestalten

KEYNOTE NATIONAL

Anders Indset, Wirtschaftsphilosoph,
Bestsellerautor „Quantenwirtschaft“

WRAP-UP DES TAGES & CLOSING DMT 2019

Dirk Krüsenberg, Präsident, Marketing Club Düsseldorf
Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident, Deutscher Marketing Verband



GET-TOGETHER

JUMP EXKLUSIV PROGRAMM

Alter Hase trifft Junge Füchse

Moderation durch Mike Wilkes, JuMP-Sprecher/
Programmausschuss, Marketing-Club Weser-Ems e.V.
Thomas Storck, ehem. CEO Metro Deutschland

19:30



DEUTSCHER MARKETING PREIS UND AFTERSHOW-PARTY IN DER NACHTRESIDENZ DÜSSELDORF



„Eine Marke braucht einen Brand Purpose, der
zum Ausdruck bringt, welche Rolle sie im Leben
der Menschen spielen kann. Marken, denen
es gelingt, als sinnstiftend wahrgenommen zu
werden, sind wirtschaftlich erfolgreich.“

Lost Brands – Peter Nortmann, Chief Marketing & Sales Officer, Loewe

IMPRESSIONEN

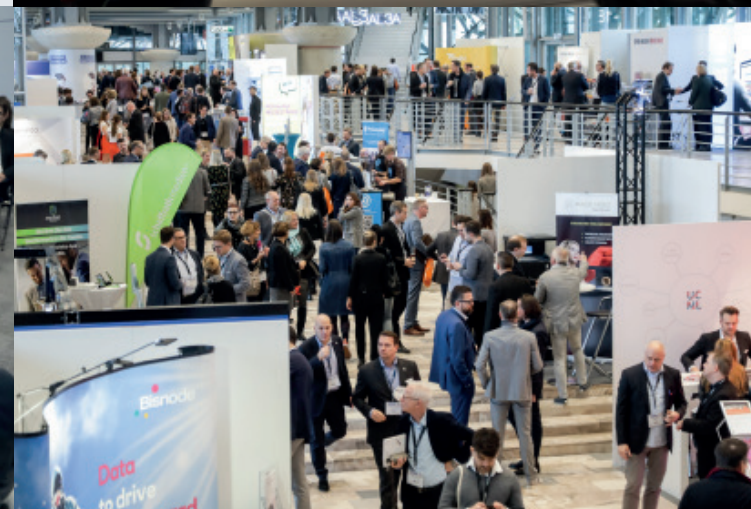


„Tolles und vielseitiges Event.
Unbedingt in 2019 mitnehmen“

Michael Sturhan, PRIMESALES

„Ein Muss für jeden Marketeer
in Deutschland, um die
Branche zu treffen und immer
informiert zu bleiben“

Philipp Mohr, Amicent



UNSERE PARTNER

PREMIUM PARTNER

Accenture Interactive

ambuzzador

Bisnode

censhare

fischerAppelt

Henkel

KANTAR

MARMIND®

ProCampaign®

The Reach Group
Digital Performance

yeXT

MEDIENPARTNER

ixtenso
Magazin für den Einzelhandel

marketing
BÖRSE
www.marketing-boerse.de

ONLINE
MARKETING.DE

SEO-
TRAINEE.de

startingup
FOR GRÜNDER UND ENTREPRENEURE

t:n digital
pioneers

KOOPERATIONSPARTNER

Düsseldorf
Congress

Messe
Düsseldorf

drupa
16.-26. Juni 2020
Düsseldorf
www.drupa.de

Püssel
dort
Nähe trifft Freiheit
Landeshauptstadt
Düsseldorf

Präsentieren Sie sich
und Ihr Unternehmen in einem
innovativen und zukunftsorientierten
Umfeld auf dem 46. Deutschen
Marketing Tag in Düsseldorf.

Als Ansprechpartner stehen wir
Ihnen gerne zur Verfügung:



Niklas-Fabian Kater, Head of Sales
Tel.: 0211 88743-3187
E-Mail: kater@managementforum.com



Oliver Bein, Sales-Manager
Tel.: 0211 88743-3120
E-Mail: bein@managementforum.com



Ihr persönlicher
Anmeldecode

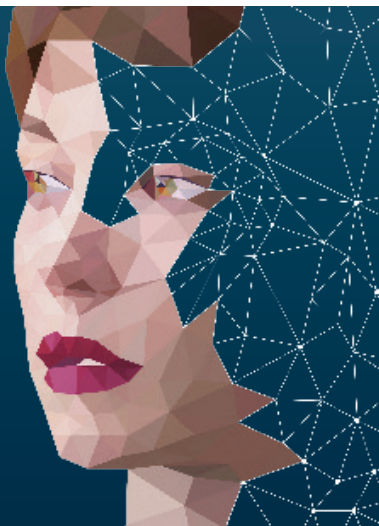

DIALOGPOST
Ein Service der Deutschen Post
ALLEMAGNE Port payé

DEUTSCHER
MARKETING
TAG

46. DEUTSCHER MARKETING TAG

#marketing_centricity

4./5. Dezember 2019 | Düsseldorf



Jetzt bequem online anmelden

www.marketing-tag.de/anmeldung
info@managementforum.com

Regulärer Preis für
Nichtmitglieder

999 €*
999 €

Sonderpreis für
Mitglieder in
Marketing Clubs

639 €*
639 €

Sonderpreis für
JuMPs
in Marketing Clubs

300 €*
300 €

* Alle Preise pro Person zzgl. MwSt.

P4200631

Unsere ausführlichen Teilnahmebedingungen
finden Sie unter: www.managementforum.com/agb/

Online gedruckt bei:


Meine Art zu drucken.

INFOLINE

0211 88743-3849

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?
Wir helfen Ihnen gerne weiter.

KUNDENBERATUNG UND ANMELDUNG



Frank Hölscher
Management Forum der
HANDELSBLATT MEDIA GROUP GmbH
0211 88743-3849, info@managementforum.com

INHALT UND KONZEPTION



Stephanie Fasselt, Senior Projektleiterin
Management Forum der
HANDELSBLATT MEDIA GROUP GmbH
0211 88728-214, fasselt@managementforum.com

Viola von Perfall, Projektmanagerin
Deutscher Marketing Verband
0451 160 85522, vperfall@marketingverband.de

EVENTLOCATIONS

4. DEZEMBER

Deep-Dives und Warm-Up:

Messe Düsseldorf GmbH
Stockumer Kirchstraße, Eingang Süd
40474 Düsseldorf

5. DEZEMBER

46. Deutscher Marketing Tag:

CCD Congress Center Düsseldorf
Eingang CCD Süd, Stockumer Kirchstraße 61
40474 Düsseldorf

5. DEZEMBER

Verleihung des Deutschen Marketing Preises:

Nachresidenz Düsseldorf
Bahnstraße 13
40212 Düsseldorf

ADRESSE AKTUALISIEREN?

Wir nehmen Ihre Adressänderung gerne telefonisch oder per E-Mail auf: 0211 887-28210, info@managementforum.com. Sie haben das Recht, der Verwendung Ihrer Daten zum Zweck der Direktwerbung jederzeit zu widersprechen. Zudem sind Sie berechtigt, Auskunft der bei uns über Sie gespeicherten Daten zu beantragen sowie bei Unrichtigkeit der Daten die Berichtigung oder bei unzulässiger Datenspeicherung die Löschung der Daten zu fordern. Sie können unseren Datenschutzbeauftragten unter Datenschutzbeauftragter c/o Management Forum der HANDELSBLATT MEDIA GROUP GmbH, Toulouser Allee 27, 40211 Düsseldorf erreichen. Ihnen steht des Weiteren ein Beschwerderecht bei der Aufsichtsbehörde zu.