

40. Deutscher Marketing-Tag: Das „Who is who“ des deutschen Marketings trifft sich in Düsseldorf

Unter dem Motto „Back into Leadership – Mit dem Marketing in die Pole Position“ trifft sich beim 40. Deutschen Marketing-Tag am 28. November 2013 das „Who is Who“ des deutschen Marketings in Düsseldorf. Dann diskutieren unter anderem Bernhard Maier, Vorstand für Vertrieb und Marketing bei der Porsche AG, Prof. Dr. Claus Hipp, Geschäftsführer Gesellschafter der HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG, und Christoph Werner, Geschäftsführer Marketing & Beschaffung von dm-drogerie markt, die neusten Trends der Branche.

Düsseldorf, den 26. September 2013. Von Open Innovation für Produktentwicklung über profitable Preisgestaltung, von Multi- und Cross-Channel inklusive Handel 2.0 im Vertrieb bis Big Data oder Social Media – das erfolgreiche Handling der verschiedenen Kommunikationskanäle und die stetig zunehmende Datenvielfalt wird für das Marketing zu einer immer größeren Herausforderung. Wenn Marketer diese Instrumente effektiv einsetzen, können sie gezielter auf die Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen und dabei noch schneller als die Konkurrenz reagieren. Zusätzlich können sie das Marketing so wieder in die Leadership-Funktion von Unternehmen bringen. Wie Experten von den Innovationen der Branche profitieren und damit optimale Geschäftsergebnisse erzielen, präsentieren namhafte Praktiker und vorwärts denkende Wissenschaftler bei dem Deutschen Marketing-Tag 2013.

„Der Fachkongress wird vom Deutschen Marketing-Verband, der absatzwirtschaft und dem Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt gemeinsam veranstaltet. Für die Neuauflage des jährlichen Branchenevents könnten wir führende Marketingköpfe aus Unternehmen wie Porsche, dm-drogerie markt und Douglas gewinnen. Dadurch bieten wir den Teilnehmern des Deutschen Marketing-Tags einen optimalen Mix aus Impuls-Vorträgen, Diskussionsrunden und Best-Practice-Beispielen. Besonderen Wert legen wir bei dem Event auf ausreichend Raum für den Erfahrungsaustausch und Networking zwischen den Marketing-Experten“, betont Michael Vagedes, Vorstand Öffentlichkeitsarbeit beim Deutschen Marketing-Verband.

Hans-Jürgen Jakobs, Chefredakteur des Handelsblatts, wird durch den Tag führen. Bernhard Maier wird erläutern, warum der Unternehmenserfolg von Porsche nicht nur auf herausragenden Produkten basiert und in einem Trend Talk werden Dr. Jesko Perrey (Practice Leader Marketing & Sales bei McKinsey Deutschland) und Dr. Simone Kerner (Bereichsleiterin Global CRM bei der Parfümerie Douglas GmbH) diskutieren, welche Fakten in Zeiten von Big Data wirklich zählen. Unter anderem erwarten die Teilnehmer auch Beiträge zu den Themen Customer Touchpoint Management, das Verhältnis zwischen CEO und CMO in Unternehmen, Ethik im Wirtschaftsleben und Business Intelligence.

Als weiteren Höhepunkt der Veranstaltung wird am Galaabend ein führender Marken-Artikler für seine herausragende Marketing-Leistung mit dem Deutschen Marketing-Preis 2013 ausgezeichnet.

Die gemeinsame Veranstaltung vom Deutschen Marketing-Verband, der absatzwirtschaft – Zeitung für Marketing und dem Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt richtet sich an ein marketingaffines Fachpublikum, Marketing-Club-Mitglieder erhalten einen Vorteilspreis. Nähere Information zum Programm und der Anmeldung unter www.marketing-tag.de.

Deutscher Marketing-Verband e.V.

Annika Holst
Lindemannstraße 82
40237 Düsseldorf
Tel. 0211.864 06-16
holst@marketingverband.de

Absatzwirtschaft

Die absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing aus dem Fachverlag der Düsseldorfer Verlagsgruppe Handelsblatt ist mit einer verkauften Auflage von rund 23.500 Exemplaren (IVW 1/2013) Deutschlands führende Monatszeitschrift für Marketing. Recherchiert und geschrieben für Führungskräfte in den Unternehmen, deckt sie alle Praxisfragen des modernen Marketings und Vertriebs ab und informiert über Trends, Best Practices, neue Methoden sowie die Entwicklung aufseiten der Medien und Marketingdienstleister.

Die Zeitschrift begleitet und fördert die Entwicklung des modernen Sales & Marketing. Sie gibt den Praktikern in den Unternehmen Impulse und übt, wo es der Redaktion geboten erscheint, konstruktive Kritik.

www.absatzwirtschaft.de www.marken-award.de www.marketing-site.de

Der Deutsche Marketing-Verband e.V.

Der Deutsche Marketing-Verband (DMV) ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der 65 Marketing-Clubs in Deutschland und Österreich. Er vertritt die Interessen von über 14.000 Führungskräften und marketingorientierten Unternehmen. Gegründet 1956, sorgt der Verband heute für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist einer der führenden Anbieter von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Das Motto von Management Forum ist „Excellence in Business Information“ und steht für Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern garantieren die Events von Management Forum aktuelle Branchennews und Fachinformationen aus erster Hand und gelten als die führenden Events der jeweiligen Branche. Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH veranstaltet ca. 30 Kongress-/Kongressmessen pro Jahr.

Jörg Streb, Senior Marketing Manager, Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt, Telefon: 069/2424 4781, E-Mail: streb@managementforum.com

www.managementforum.com