



## DEUTSCHER MARKETING VERBAND

### PRESSEMITTEILUNG

#### **Gelungener Jahresauftakt beim DMV**

Das sind die Marketing-Trends 2021

Düsseldorf, 28. Januar 2020

Starker Auftakt ins Marketing-Jahr 2021: Unter dem Titel „European Marketing Agenda 2021 – Der Weg zum Data-Driven Marketing“ sprach Dr. Ralf E. Strauß, Präsident des Deutschen Marketing Verbandes (DMV), am 27.01.2021 mit fünf Top-Speakern über die Herausforderungen und Zukunftsperspektiven des Marketings 2021. Mehr als 700 Teilnehmer von Marketing Clubs aus ganz Deutschland verfolgten die digitale Veranstaltung. Vernetzung in einer neuen Dimension.

Die Referenten vertraten die unterschiedlichsten Branchensegmente. Mit dabei waren:

- Kerstin Pape, Bereichsleiterin Customer Excellence, **Mobilcom-debitel**
- Florian Gmeiner, Senior Director Marketing EUC, **LEGO**
- Andreas-Christoph Hofmann, Vice President Marketing & Product (CMO), **Hyundai**
- Marcus Karst, Bereichsleiter Corporate Marketing, **CLAAS KGaA mbH**
- Dr. Philip Beckmann, Geschäftsführer, **E.ON Energie Deutschland GmbH**

Grundlage des Abends bildete die European Marketing Agenda 2021 – eine der Leitpublikationen für europäische Marketing Trends und Herausforderungen. Die Trendstudie, die in Kürze erscheinen wird, beleuchtet Schwerpunktthemen und Barrieren für das Marketing 2021 sowie die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Branche. „Die COVID-19-Pandemie hat wie ein Brandbeschleuniger auf die Digitalisierung gewirkt“, so Dr. Ralf E. Strauß, Autor der Publikation. „Auch im Marketing macht sich das stark bemerkbar. Unsere Studie hat gezeigt, dass Unternehmen gerade jetzt Projekte im Digital-Bereich fokussieren oder sich organisatorisch neu aufstellen.“

#### **COVID-19 als Treiber der Digitalisierung**

Diese Einschätzung konnten alle Referenten des Abends bestätigen. So sprach etwa Dr. Philip Beckmann von einer Art „Time Warp“-Situation, die die sonst eher analog geprägte Energiebranche um Jahre in die Zukunft katapultiert habe. Andreas Hofmann nannte als wichtigste Themen für 2021 im Automobilsektor die Bereiche Elektrifizierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Und Kerstin Pape schilderte u. a. die gesteigerte Bedeutung von Apps, Chat-Bots und einer umfassenden Automatisierung als Kernthemen für die Mobilfunkbranche. Auch beim DMV und den einzelnen Marketing Clubs ist in Sachen Digitalisierung im vergangenen Jahr eine Menge passiert. So wurden die Clubveranstaltungen und Preisverleihungen in eine Vielzahl innovativer, digitaler Formate überführt, die den Mitgliedern aller Marketing Clubs zur Verfügung stehen. Nie war es einfacher, deutschlandweit an Clubabenden teilzunehmen. Immer öfter organisieren mittlerweile mehrere Clubs Online-Veranstaltungen gemeinsam und wachsen so näher

zusammen. Die DMV-Auftaktveranstaltung 2021 markiert das bislang größte clubübergreifende Online-Event!

### **Agiles Arbeiten gewinnt an Bedeutung**

Neue Herausforderungen führen bekanntlich zu neuen Lösungen. So wurde in vielen Unternehmen seit Beginn der Corona-Pandemie die Form der Zusammenarbeit weiter optimiert. Das Ergebnis sind Konzepte hin zu mehr agilem Arbeiten, zur Zusammenarbeit in kleineren, interdisziplinären Teams mit klaren Zielen. Davon berichteten u. a. die Referenten von Lego, Mobilcom-debitel und Claas.

### **Über die European Marketing Agenda 2021**

Bereits das dritte Jahr in Folge bringt der Deutsche Marketing Verband in Zusammenarbeit mit der European Marketing Confederation (EMC) die Marketing Agenda heraus. Im Rahmen der diesjährigen Studie wurden knapp 4.800 Marketing- und Vertriebsleiter aus sieben europäischen Ländern zu ihren Schwerpunktthemen sowie den größten Barrieren im Marketing befragt. Experten aus Deutschland, Österreich, Litauen, Slowenien, UK, den Niederlanden und der Schweiz beteiligten sich an der Trendstudie. Als wichtigste Themenstellung für 2021 nannten die Befragten das digitale Marketing allgemein (43 %), gefolgt von Aufgaben rund um das digitale Customer Relationship Management (35 %).

Aus den genannten Schwerpunkten und Herausforderungen leitete Dr. Ralf E. Strauß zehn zentrale Handlungsfelder für 2021 ab: *„Die Marketing Agenda 2021 beschreibt einen klaren Trend für ganz Europa: die Transformation zum Data-Driven Marketing. Vom Fokus auf die Customer Experience über Purpose Marketing, CRM und Nachhaltigkeit bis hin zu Marketing Tech und aktivem Change Management bestimmen eine ganze Reihe von Disziplinen den aktuellen Paradigmenwechsel. Zwischen diesen Top-Themen gibt es keine „Oder“- , sondern ganz klar eine „Und“-Verbindung.“*

Die European Marketing Agenda 2021 mit detaillierten Ausführungen u.a. zum Vergleich der Länder, Themen und weiteren Besonderheiten ist ab Mitte Februar auf der DMV-Website [www.marketingverband.de/home](http://www.marketingverband.de/home) zum Download verfügbar. Dort gibt es auch Informationen zu den aktuellen Webinaren der mehr als 60 Marketing Clubs.

### **Über den Deutschen Marketing Verband e.V.**

Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband der Marketingverantwortlichen und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland. Er bietet ein Netzwerk für die praxisnahe Weiterbildung und den Wissensaustausch und fördert die Nachwuchsarbeit. Gleichzeitig vertritt er die Interessen seiner über 12.000 Mitglieder gegenüber Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. [www.marketingverband.de](http://www.marketingverband.de)

### **Kontakt**

Deutscher Marketing Verband e.V.  
Sternstraße 58  
40479 Düsseldorf  
0211.864 06-12  
E-Mail: [presse@marketingverband.de](mailto:presse@marketingverband.de)