

DMT 20
22
DEUTSCHER
MARKETING TAG

It's all
about

TRUST

Das Branchentreffen der Marketing Community
2. und 3. November 2022 | Kap Europa Frankfurt

euroforum
Live Experience by HANDELSBLATT MEDIA GROUP

 DEUTSCHER
MARKETING
VERBAND

Tag 1 | 2. November 2022

Moderator:

Daniel Rettig

Journalist, Autor und Moderator

13:00

OPENING

Dr. Ralf E. Strauß

Präsident

Deutscher Marketing Verband e.V.

Claudio Montanini

Präsident

MC Frankfurt

13:10

ROUNDTABLE: DIE VIA DOLOROSA ZUM DATA-DRIVEN MARKETING

Moderation:

Carsten Ratzlaff

Sr. Business Development Manager

Oracle Deutschland

sponsored by

ORACLE

Advertising and CX

Maren Huth

Marketing Director

SAVENCIA Fromage & Dairy Deutschland GmbH

Dorothee Mathieu

Global Head of Return on Marketing Investments

Allianz

Marcin Piaseczny

Marketing Director DACH & Leibniz

Bahlsen

13:30

PARALLELE DEEP-DIVE SESSIONS

SESSION 1

Meet the Disruptors - Lernen von innovativen Geschäftsmodellen

Moderation:

Marcel Bewersdorf

Vorstand Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation & Content
Deutscher Marketing Verband

Phygital Customer - Digitalisierung und Micro-Targeting der offline Journey

Ari Berzenjie

Founder & CEO
BLVRD

Zu viel Lösung für zu wenig Problem – Wie das Zusammenspiel zwischen Dino und Einhorn gelingen und relevanten Mehrwert schaffen kann

Prof. Dr. Bastian Halecker

German Deep Tech Institute und XU Exponential University

Im Startup-Modus Innovationen im Konzern umsetzen

Jolanda Schwirtz

Director Corporate Marketing & Digital Transformation
Nestlé Deutschland AG

Don't lose customers. Close the experience gap in digital retail

Dominik Unuetzer

Founder & Managing Director
AMAZD GmbH

SESSION 2

Künstliche Intelligenz - Anwendungsbeispiele im Marketing

Moderation:

Mirco Welsing

Vorstand
Deutscher Marketing Verband

Die KI-Sprachrevolution

Johannes Bubenzer

CEO
2txt - natural language generation

Mit künstlicher Intelligenz "alles wissende Datenmüllhalden" sinnvoll nutzen

Henrik Hahn

Chief Digital Officer / CEO

Evonik Digital

Outdoor-Living KI-optimiert

Stefan Nickel

Head of Digital Marketing

WAREMA

Automatisierung in der Kundeninteraktion ... vom Piloten zum Standard

Michelle Skodowski

Co Founder & COO

BOTfriends GmbH

SESSION 3

Nachhaltigkeits-Marketing ... Trend-Surfen auf der (inflationären) Welle des "Guten"?

Moderation:

Katrin Böhme

Leiterin Competence Circle

Finanzdienstleister - Mit digitalen Technologien zu mehr Nachhaltigkeit

Marene Arnold

Vice President, Marketing & Communications DACH

Mastercard

Frosch 4 Future ... Nachhaltigkeit erfordert Haltung und langen Atem

Wolfgang Feiter

Marketingleiter Consumer Deutschland

Werner & Mertz

„Außen Toppits, Innen Kreislaufwirtschaft“

Lena Gaibinger

Director Brand Management

Cofresco

Lena Laaser

Projektleiterin & Marketingexpertin

Critical Friends

Nachhaltigkeit in allen Nähten ... der Gruezi Bag

Markus Wiesböck

Geschäftsführer

Kultschlafsack GmbH

MARKETING PIONIERS SESSION 1

New Work, Old Trust

Moderation:

Jan-Peter Hansen

Vorstand

Deutscher Marketing Verband



Kollaboration statt Konkurrenz

Corina Kurscheid

Global Marketing Director

Beiersdorf

Wie Transformation gelingen kann

Hendric Mostert

Transformationsarchitekt & Agiler Coach

Deutsche Bahn

15:30

Erlebnis-Kaffeepause

16:00

PARALLELE SESSIONS

SESSION 4

Direct-to-Consumer - Ausschaltung des Handels?

Moderation:

Steffen Köster

Vorstand

Deutscher Marketing Verband

Omnichannel als cross-funktionaler Teamsport

Marc Freyberg

Geschäftsführung Vertrieb/ Marketing/ E-Commerce

Leineweber

Consumer x Brand = Experience Engagement Excitement

Florian Gmeiner

Senior Director Marketing EUC

LEGO Group

Vom konfliktiven Preiswettkampf zum kollaborativen Kompetenzwettbewerb

Dr. Axel Kniehl

Geschäftsführer Marketing & Vertrieb

Miele

Kanal egal – Brand Management is Key

Sandro Schramm

Director Marketing, Licensing & Growth

Marc O'Polo

Zehnkampf im Omni-Channel

David Walker

Marketing Director

Decathlon

SESSION 5

Marketing Automatisierung ... Reloaded

Moderation:

Renan Serpen

Sr. Business Development & GTM Manager Retail

Oracle

sponsored by

ORACLE

Advertising and CX

Automatisierung in der Kundeninteraktion im mehrstufigen Vertrieb

Frank Niewöhner

Direktor Marketing

Nissan Center Europe

One Content Ecosystem als Automatisierungstreiber

Simon Philip Rost

Chief Marketing Officer

GE Healthcare Enterprise Digital Solutions

Marketing Automatisierung ... Maschinenraum statt Plattitüden

Aydin Sahin

Head of Marketing / Managing Director

Commerzbank / comdirect

MARKETING PIONIERS SESSION 2

Interaktiver Workshop mit LEGO®

Kompliziert? Komplex? Oder schon chaotisch? Wie dir adäquate Herangehensweisen helfen, in der VUCA-Welt zu vertrauen.

Hendric Mostert

Transformationsarchitekt & Agiler Coach
Deutsche Bahn



MARKETING PIONIERS SESSION 3

Junge Ansätze treffen auf Erfahrung

Generation Z in a nutshell: Wie? Was? Wo? Kann man die GenZ eigentlich erreichen?

Joshua Bach

Co-Founder
Play The Hype

Neil Heinisch

Co-Founder
Play The Hype



18:00

GET-TOGETHER UND BESUCH DER AUSSTELLUNG

Ab 19:00

WARM-UP – DIE NETWORKING PARTY

Gastgeber:



Tag 2 | 3. November 2022

Moderator:

Daniel Rettig

Journalist, Autor und Moderator

09:00

OPENING

Dr. Ralf E. Strauß

Präsident

Deutscher Marketing Verband e.V.

09:05

ROUNDTABLE

Dr. Ralf E. Strauß

Präsident

Deutscher Marketing Verband e.V.

Claudio Montanini

Präsident

MC Frankfurt

09:10

OPENING KEYNOTE

Brands in Society...the Evolution of Trust

Richard Edelman

CEO

Edelman

09:40

INTERNATIONALE KEYNOTE

Die Zukunft des Internets: Das Metaverse kommt.

Oliver Busch

Director DACH Agencies & Ecosystem

Meta

10:00

CMO TRIFFT CIO – ENDE DES DISCONNECTS

Moderation: Markus Schögel

Alexander Krause

Leiter Customer Interaction

E.ON

Tobias Lorenz

Vice President Marketing
E.ON Energie Deutschland

Anja Stolz

Bereichsleiterin Marketing R+V/Mitglied des Vorstands R+V Direktversicherung
R+V Allgemeine Versicherung AG

10:25

INTERNATIONALE KEYNOTE

Leuchttürme bauen – Langfristige Markenbildung in einer kurzlebigen digitalen Welt

Kristina Bulle

CMO DACH, Vice President Brand Building
Procter&Gamble

10:45

Interview

Driving your CX to the limit

Moderation: Martin Hötzel

Jack Harrington

Senior Partnership Manager
Red Bull Racing

11:05

KEYNOTE

Evolution vs Revolution in Advertising. Ad Management via Blockchain

Adriana Taseva

COO
AdHash

11:25

Erlebnis-Kaffeepause

12.00 – 13.20 Uhr

PARALLELE BREAKOUT-SESSIONS

BREAKOUT-SESSION 1

Purpose-Driven Marketing – Sinnhaftigkeit in einem Meer undifferenzierter Angebote

Haltungskommunikation: Trittbrettfahrer stürzen häufiger ab

Jürgen Kornmann

Chief Marketing Officer
Deutsche Bahn

sponsored by

fischerAppelt

„Hygieneartikel oder eher Wegbegleiter?“

Gülnaz Meyenburg

Global Marketing & Comms Director
Essity/Tempo/Zewa

The beauty of uniqueness - Purpose bei Douglas

Caroline Schmitt

CMO Douglas Group
DOUGLAS

Purpose per DNA ... oder: die Wiederentdeckung der Genossenschaften

Anja Stolz

Bereichsleiterin Marketing R+V/Mitglied des Vorstands R+V Direktversicherung
R+V Allgemeine Versicherung AG

Barbie contributing to a diverse, equitable, inclusive, and sustainable future

Sebastian Trischler

Geschäftsführer Deutschland
Mattel

Ana von Hutten

CMO DACH
Mattel

BREAKOUT-SESSION 2

The old devil called love: Customer Experience Management – vom Konzept in die Umsetzung (CRM)

Moderation:

Sylvia Steenken

Leiterin Competence Circle
Deutscher Marketing Verband

sponsored by

KANTAR

Trucks you can trust ... Customer Experience in einem mehrstufigen Vertriebsmodell

Kerstin Bustos Barros

Head of Campaigning Mercedes-Benz Trucks
Daimler Truck

Elke Guhl

Chief Customer Officer
Migros Fachmärkte

Customer Experience ist ein Teamsport

Torsten Müller

SVP Marketing & Communications
Urban Sports Club

Alte Liebe erneuern – Von Markenpräferenz zu individueller digitaler Kundenbindung

Jan Reichel

Head of Mobility Marketing
Shell Deutschland

Herausforderungen in der Umsetzung – Wie bekomme ich mein CX Programm nach vorne?

Nicolas Riedle

Director Presales CX, Insights Division
Kantar

BREAKOUT-SESSION 3

Vom klassischen Handel zur Plattformstrategie in einem IT-Handels-Ökosystem

Moderation:

Urs Gattiker

Leiter Competence Circle
Deutscher Marketing Verband

Sohrab Mohammad

Gründer
Reishunger

e-commerce Start-up aus einem Corporate heraus gründen und global erfolgreich machen – Lessons Learned.

Susanne Richter

Gründerin
Sanni Shoo

Markus Schöberl

Director
Amazon Seller Services Deutschland

Next Level B2B E-Commerce

Alexander Wachter

CEO & Co-Founder
Possehl Online Solutions

BREAKOUT-SESSION 4

Daten-Strategie Einfach gesagt, schwer gemacht

Moderation:

Tobias Harttung

Senior Regional Vice President
Salesforce

sponsored by



Peter Glade

CCO
SunExpress

Anstrengend oder anstreben? Daten sammeln und Aktivieren als Konsumgüterhersteller

Felix Jahnen

Head of Digital Transformation
Mast-Jägermeister

Data-Strategie – Besser früh starten, denn der Weg ist lang und steinig

Dirk Rockendorf

Head of Marketing Aftermarket & Digitalization
Continental Automotive

Lars Schickner

Chief Experience Officer
atrify

BREAKOUT-SESSION 5

Best of DMV – Prämierte Fallbeispiele aus den 5 DMV-Regionen

Moderation:

Dr. Rolf Schwerdtfeger

Vorsitzender/Beirat
Deutscher Marketing Verband

REGION NORD | Marketingpreisträger MC Lübeck

Entsorgungsbetriebe Lübeck
„WIRFUERBIO IN LÜBECK“
Crossmediale Marketingkampagne für Bioabfall

Manfred Rehberg

Leiter Sparte Stadtreinigung
Entsorgungsbetriebe Lübeck

Dr. Jan-Dirk Verwey

Geschäftsführer
Entsorgungsbetriebe Lübeck

REGION OST | Marketingpreisträger MC Berlin

Der Tagesspiegel
„Das Leitmedium aus der Hauptstadtregion“
Transformation zu einem multimedialen Medienhaus

Ulrike Teschke

Geschäftsführerin
Tagesspiegel

REGION SÜD | Marketingpreisträger MC Ulm

BRITAX RÖMER
„PROTECTING DREAMS“
Kampagne zur Revitalisierung der Marke

Tanja Riemann

CEO
hej!ROCKIT

REGION SÜD-WEST | Marketingpreisträger MC Saar

Klinikum Saarbrücken gGmbH
„DIE ROLLE DEINES LEBENS“
Employer Branding und Recruiting Kampagne

Kristin Schäfer

Pressesprecherin & Leitung Unternehmenskommunikation
Klinikum Saarbrücken

REGION WEST | Marketingpreisträger MC Dortmund

Klinikum Dortmund gGmbH
„Krankenhaus@socialmedia“
Social Media Kampagne für PR und Personalmarketing

Marc Raschke

Leiter Unternehmenskommunikation
Klinikum Dortmund

12:00 - 13:15 Uhr

PARALLELE MASTERCLASS-SESSIONS

MASTERCLASS 1

„In Brands we trust“ – Wie Sponsoring auch das Vertrauen der GEN Y/Z in Marken steigert.

Die Generationen Y und Z unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Einstellungen und ihrer Ansprüche grundlegend von ihren Vorgängern. Auf Basis einer eigenen Marktforschungsstudie zeigen wir in dieser Masterclass transparent auf, was die Generationen Y und Z beschäftigt, wie sich das Mediennutzungsverhalten verändert hat und vor allem was das für Brands bedeutet, die diese Zielgruppen im Fokus haben. Wir beschäftigen uns mit der Frage nach den relevantesten Plattformen, über welche man die Zielgruppen authentisch erreichen kann. Dabei legen wir besonderen Wert darauf, wie Sponsoring helfen kann, das Vertrauen der Zielgruppen in Brands zu stärken, warum Esports-Sponsoring dafür besonders geeignet ist und wo die Unterschiede im Vergleich zum klassischen Sport liegen.

Thomas Bohn

Director

SPORTFIVE

Bastian Pätzold

Senior Director

SPORTFIVE

Dr. Alexander Steinforth

Managing Director Germany

NFL

MASTERCLASS 2

Measuring and activating trust: How to understand and unlock the power of trust for your business

Toby Gunton

Head of Edelman Data & Intelligence

EMEA

MASTERCLASS 3

Positivität & Inspiration - wie Pinterest Marken zum Erfolg verhilft

Pinterests Mission ist es, Menschen zu inspirieren, ein Leben zu erschaffen, das sie lieben. In dieser Masterclass erfährst du, was Pinterest so einzigartig macht und wie die Plattform ein positives und inspirierendes Umfeld für Nutzer*innen und Marken schafft. Es wird außerdem darum gehen, das Mindset der Pinterest-Nutzer*innen besser zu verstehen, um sie mit relevanten, nützlichen und inspirierenden Inhalten und Produkten entlang des gesamten

Shopping-Funnels zielgenau anzusprechen. Weltweit nutzen über 400 Millionen Menschen Pinterest jeden Monat, um Inspiration zu finden und ihre Ideen und Pläne im echten Leben umzusetzen. Marken spielen dabei eine entscheidende Rolle, um Nutzer*innen von der ersten Inspiration bis zur Kaufentscheidung zu begleiten.

Martin Bardeleben

Country Manager DACH

Pinterest

Stephanie Emmanouel

Head of Sales & Partnerships Retail DACH

Pinterest

13:15

Lunch Break

13.20 - 14.20 Uhr (während des Lunchs)

SPEAKERS CORNER: 3D-Druck – kommt jetzt die massenhafte Individualisierung von Produkten?

Gerrit Kolb

GF

Vastly Underrated

14:30 – 15:45

PARALLELE BREAKOUT-SESSIONS

BREAKOUT-SESSION 6

Marketing-Organisation 3.0 – Auf dem Weg zum agilen Organisationsmodell

Moderation:

Claudio Righetti

CEO

Analyx

Von der Hierarchie zur Selbstorganisation - wie man Dynamik im Marketing entfesselt und der unternehmerischen Kraft Richtung verleiht.

Tim Alexander

CMO

Deutsche Bank

Marketing Organisation im Wandel bei Rotkäppchen-Mumm

Cathrin Duppel

CMO

Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien

Let it all flow ... neue Wege und Strukturen der Zusammenarbeit finden

Sarah Manseck

Leitung Brand Communication & Activation
Henkel Beauty Germany

Goodbye hierarchische Struktur - auf dem Weg zum agilen Marketing

Adriana Nuneva

Chief Digital Officer
CWS International

Zwischen Squads und Tribes ... Silos funktionieren nicht mehr

Florian Pöpleu

Marketing Leader DACH
Philips

BREAKOUT-SESSION 7

Retail Media ... schöne neue Daten-Monetarisierung

Moderation:

Patrick Meier

Leiter Competence Circle
Deutscher Marketing Verband

Torsten Ahlers

Managing Director
Media-Saturn Marketing

Retail Media: die dritte Welle der digitalen Werbung

Magnus Aufschild

CEO
retailmediatools

Retail Media bietet die Möglichkeit den Einsatz von Marketing-Budgets neu zu denken!

Mario Bertsch

Leiter Marketing und Digital
dm-drogerie markt

Für Kunden. Für Marken. Für Händler: Wie Retail Media zum Gewinn für alle wird

Patricia Grundmann

Director Retail Media
OBI First Media Group

Retail Media... der Ruf nach neuen Standards in der Hersteller-Händler Beziehung

Christian Raveaux

Head of Customer Insights & Media

REWE

BREAKOUT-SESSION 8

MarketingTech ... die Hochzeit von Marketing und IT

Moderation:

Kerstin Clessienne

Managing Partner

Marketing Tech Lab

Status Marketing Tech in DACH ... where do you go to my lovin'?

Kerstin Clessienne

Managing Partner

Marketing Tech Lab

Es ist kein One-Off ... vielmehr ein kontinuierlicher Veränderungsprozess

Renata Dadic

Head of Media & Website Management

Deutsche Bank

Lernen aus Daten -- der Weg zur Realtime Intelligenz

Dr. Sven Hasselmann

Bereichsleiter Digitales Marketing und Analytics

Deutsche Bahn DB Vertriebs GmbH

Johannes Scheitel

Customer Success & Services Executive

Siteimprove

MarTech als permanente Veränderung von Strategien, Prozessen und Anwendungen

Adrian Steiger

Leiter Digitales Marketing

Coop

BREAKOUT-SESSION 9

Auf der Suche nach dem heiligen Data-Gral

Moderation:

Sabine Schnell-Fjordside

Marketing Tech Lab

Patrick Galig

Executive Director Marketing Central Europe
Dun & Bradstreet Deutschland

Data is all around ... Auf dem Spielfeld, auf der Tribüne, zu Hause

Timm Jäger

Geschäftsführer EintrachtTech
Eintracht Frankfurt

Data in Talent Matching ... Lessons Learned

Eckhard Köhn

CEO
Jobvalley.com / studitemps.com

Die neue schöne datengetriebene Handelslandschaft

Michael Lüttgen

Managing Director International
Kaufland Stiftung

Aus Daten Insights generieren

Maren Seitz

Head of DACH
Analytic Partners

BREAKOUT-SESSION 10

Content Marketing ... Mythen und Wahrheiten

Moderation:

Alicja Feltens

Marketing Club Frankfurt

Purpose Driven Content – zwischen Kleidung und erinnerungswürdigen Emotionen

Birgit Berthold-Kremser

CMO a.i.
Peek & Cloppenburg

Vom „One-Off“ zur Content Factory 2.0 – Wie individuelle Kundenansprache in einer hybriden Welt gelingt

Katrin Gillner

Director Marketing Internal Medicine
Pfizer

Energie – von low zu high involvement in Rekordzeit**Christina Niedermaier**

Leiterin Content Marketing
E.ON

Digitalisierung und Elektrifizierung erfordern Storytelling in neuen Dimensionen**Katja Ohly-Nauber**

Leiterin Marketing-Kommunikation MBC
Mercedes-Benz

BREAKOUT-SESSION 11
Marketing Science Slam

Moderation:

Prof. Dr. Marko Sarstedt

Institute for Marketing
Ludwig-Maximilians-University Munich

Künstliche Intelligenz im Online-Handel**Prof. Dr. Siham El Kihal**

Frankfurt School of Finance & Management

Influencer Marketing: Top oder Flop?**Prof. Dr. Sonja Gensler**

Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Einfluss von Musik auf das Konsumentenverhalten am Point of Sale**Prof. Dr. Monika Imschloß**

Leuphana Universität Lüneburg

Quo vadis, Apple? Wie uns Landkarten helfen können, zukünftige Wettbewerber zu erkennen**Prof. Dr. Bernd Skiera**

Goethe Universität Frankfurt am Main

Science on the Amazon Marketplace**Prof. Dr. Jochen Reiner**

Goethe Universität Frankfurt am Main

BREAKOUT-SESSION 12

Blockchain im Marketing – Hype or Hope?

Moderation:

Patrick von der Gönna

dock36

Hochflexible Archiv-Cloud dank Blockchain

Daniel Köhnen

Credit and Document Solutions

METRO.digital

Blockchain - From jargon to real life applications

Wolfgang Männel

Managing Director

Blockchain Founders Group GmbH

14:30 – 15:30

PARALLELE MASTERCLASS-SESSIONS

MASTERCLASS 4

Radio – remain the king in the booming audio market

Steffen Müller

Geschäftsführer

Radio 21

Zwei weitere Referenten aus der Praxis in Absprache

MASTERCLASS 5

Markenbildung in der digitalen Welt

Erfahrene Marketeers von P&G geben Einblick in die digitalen Herausforderungen und diskutieren anhand von Beispielen ihre Learnings.

15:45

Erlebnis-Kaffeepause

16:25

INTERNATIONALE KEYNOTE

Martech is eating the world. Industries turn into software companies

Frans Riemersma

Managing Director

MartechTribe

16:45

PLENUM: Best of DMV Awardvergabe

Moderation: Andrea Ney, Beirätin, Deutscher Marketing Verband

17:05

ABSCHLUSS KEYNOTE

Das infizierte Denken – Warum wir uns von alten Selbstverständlichkeiten befreien müssen

Anders Indset

Wirtschaftsphilosoph

17:35

PLENUM: Wrap-up des Tages & Save-the-Date DMT 2023

17:50

Get-Together und Ausstellung, Bus-Transfer zur DMP-Preisverleihung

Ab 19:30

Verleihung des Deutschen Marketing Preises mit anschließender Aftershow-Party im FORTUNA IRGENDWO

„Die längsten Reisen fangen an, wenn es auf den Straßen dunkel wird“