

5./6. DEZEMBER 2018

45. DEUTSCHER MARKETING TAG

#marketing_getting_smarter

Convention Center | Deutsche Messe Hannover

www.deutschermarketingtag.de

DEUTSCHER
MARKETING
TAG

Eine gemeinsame
Veranstaltung von:

absatzwirtschaft
Zeitschrift für Marketing



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

managementforum

HANDELSBLATT MEDIA GROUP



Programm 45. DMT – 6. Dezember 2018

PROGRAMM		6. DEZEMBER 2018		Ort: Convention Center (CC), Messegelände, 30521 Hannover																				
09:00	Begrüßung und Eröffnung des 45. Deutschen Marketing Tags																							
09:30	Opening Keynote: TELEKOM Plus? Herausforderungen der Transformation im DMV-Konzern – Timotheus Höttes, Vorstandsvorsitzender, Deutsche Telekom AG																							
10:00	Keynote: The LEGO Group – Transforming Play brick by brick – Rebecca Snell, Head of Marketing DACH, LEGO GmbH																							
10:30	Verleihung Best of DMV 2018 Präsentation des besten regionalen Marketing Club Preises 2018																							
10:45	Keynote: Building the Hyperloop – Dirk Ahlborn, CEO, Hyperloop																							
11:15	Food, Beverages & Networking																							
11:45	12:15	12:45	13:15	13:45	14:15	14:45	15:15	15:45	16:15	16:45	17:45	19:00												
New Work – Erfahrungen & Einsichten 11:45 – 12:45		Content Marketing – lohnt sich das? 11:45 – 13:15		Digitale Transformation – Best Practices 12:15 – 13:45		Data-Driven Programmatic Marketing – Messenheit individualisiert, in Echtzeit 11:45 – 13:15		Marken in der Nische 12:15 – 13:45		Marketing Automatisierung 11:45 – 13:15		Haptische und digitale Kommunikation – Freunde oder Feinde? 12:15 – 13:45		Building the Hyperloop – Management von Innovationen 11:45 – 12:30		Kreativtechniken 12:15 – 13:15		Radio 21-Bühne Event-Stage Saal 3						
Media Management – Auf dem Weg zur Blockchain und neuen Geschäftsmodellen 14:45 – 15:45		Marketing Science meets Practice: Neuromarketing – Emotionen messen und lenken 13:45 – 15:15		Omnichannel – Zwischen Konflikt und Kooperation 14:15 – 15:45		Employer Branding im War for Talent (uMP only) 13:45 – 15:15		Big Data Analytics ... Insights aus dem „Datensee“ 14:15 – 15:45		Programmatic Creativity 13:45 – 15:15		Customer Journey optimieren – Konsistenz über alle Touchpoints 14:15 – 15:45		Alter Hase trifft Junge Füchse (uMP only) 14:15 – 15:45										
Food, Beverages & Networking					Keynote: A brand that never sleeps – Katia Bassi, Global CMO, Automobil Lamborghini S.p.A.					Keynote: Blockchain Disrupting the Advertisement Industry (tbc) – Brendan Eich, Co-founder & CEO, Brave Software					Wrap-up des Tages					Übergang / Shuttleservice Deutscher Marketing Preis				
6 Weitere Informationen: www.deutschermarketingtag.de													7											

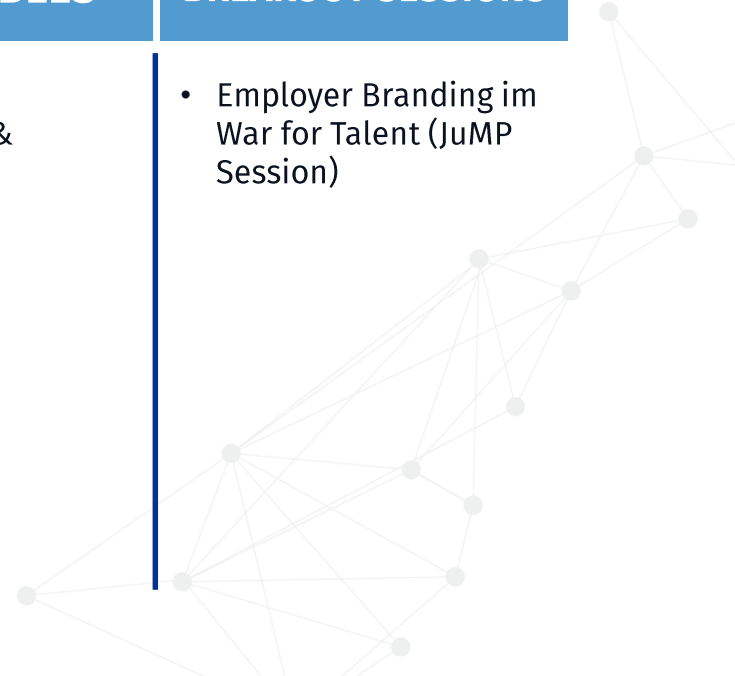
- Keynote
- Breakout Session
- Roundtable
- Masterclass
- Food, Beverages & Networking



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

Inhalte für die Zielgruppe: GENERATION „Y“

DEEP DIVES	MASTERCLASSES	ROUNDTABLES	BREAKOUT SESSIONS
<ul style="list-style-type: none">• JuMPs ONLY: Rügenwalder Mühle ... Jetzt auch vegetarisch – Veränderung im Familienunternehmen• E-SPORTS – Rising Giant?	<ul style="list-style-type: none">• JuMP SPECIAL: „Alter Hase trifft Junge Füchse“	<ul style="list-style-type: none">• New Work – Erfahrungen & Einsichten	<ul style="list-style-type: none">• Employer Branding im War for Talent (JuMP Session)





DEUTSCHER MARKETING VERBAND

Inhalte für die Zielgruppe: MITTELSTAND

(Dienstleister/Agenturen)

DEEP DIVES	MASTERCLASSES	ROUNDTABLES	BREAKOUT SESSIONS
<ul style="list-style-type: none">• Bewegtbild trifft Augmented Reality	<ul style="list-style-type: none">• Kreativtechniken	<ul style="list-style-type: none">• Media Management – Auf dem Weg zur Blockchain und neuen Geschäftsmodellen	<ul style="list-style-type: none">• Haptische und digitale Kommunikation – Freunde oder Feinde?• Customer Journey optimieren – Konsistenz über alle Touchpoints• Programmatic Creativity• Marketing Science meets Practice: Neuromarketing – Emotionen messen und lenken

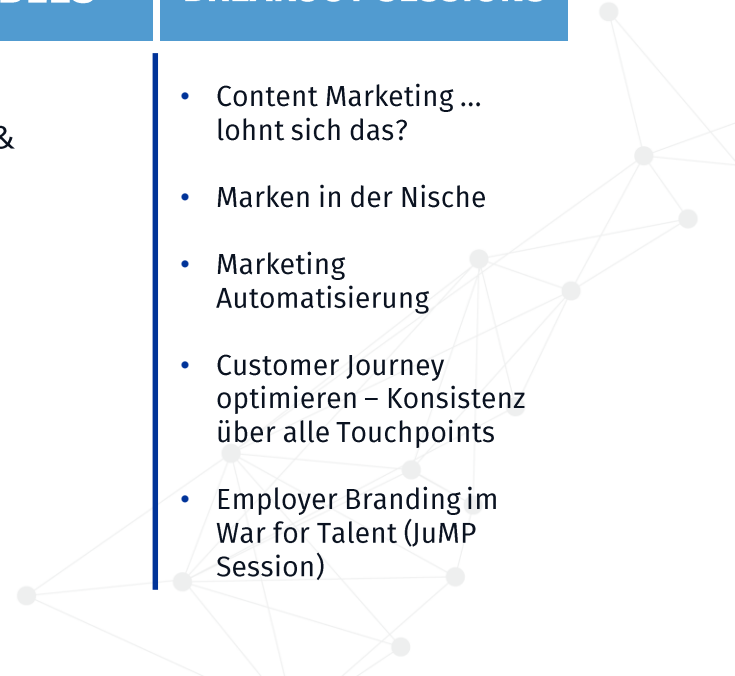




DEUTSCHER MARKETING VERBAND

Inhalte für die Zielgruppe: HERSTELLER

DEEP DIVES	MASTERCLASSES	ROUNDTABLES	BREAKOUT SESSIONS
<ul style="list-style-type: none">• Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ... Was nun?• Blockchain goes Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Aus den richtigen Daten schlau werden: Wie Experience Data zum Game Changer für Marketing wird	<ul style="list-style-type: none">• New Work – Erfahrungen & Einsichten	<ul style="list-style-type: none">• Content Marketing ... lohnt sich das?• Marken in der Nische• Marketing Automatisierung• Customer Journey optimieren – Konsistenz über alle Touchpoints• Employer Branding im War for Talent (JuMP Session)





Inhalte für die Zielgruppe: HANDEL

DEEP DIVES	MASTERCLASSES	ROUNDTABLES	BREAKOUT SESSIONS
<ul style="list-style-type: none">• Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ... Was nun?• Blockchain goes Marketing• Wege aus der Retail-Apokalypse?!• Bewegbild trifft Augmented Reality	<ul style="list-style-type: none">• Aus den richtigen Daten schlau werden: Wie Experience Data zum Game Changer für Marketing wird	<ul style="list-style-type: none">• Media Management – Auf dem Weg zur Blockchain und neuen Geschäftsmodellen	<ul style="list-style-type: none">• Digitale Trans-formation – Best Practices• Data-Driven Programmatic Marketing – Massenhaft individualisiert, in Echtzeit• Marketing Automatisierung• Haptische und digitale Kommunikation – Freunde oder Feinde?• Customer Journey optimieren – Konsistenz über alle Touchpoints• Big Data Analytics ... Insights aus dem „Datensee“• Omnichannel – zwischen Konflikt und Kooperation

