



44. DEUTSCHER MARKETING TAG

Jürgen Lieberknecht ist Vorstand Privatkunden bei der Targobank

Targobank beim DMT 2017

Wann sind unsere Träume eigentlich kleiner geworden als wir selbst? Das fragt die Targobank seit 2015 ihre Kunden, und das ist bis heute die Kernfrage der (Online-)Content-Initiative zum Thema ungeliebte Träume. Denn Erwachsene verlieren, im Gegensatz zu Kindern, ihre Fantasie aus den Augen. Jürgen Lieberknecht ist seit 2009 Vorstand der Targobank und richtet seine Bank seit 2014 neuer, digitaler aus. „Dank unseres Content-Know-hows laden wir den Markenkern der Bank emotional auf und stoßen so einen Dialog zwischen den

Menschen und dem Unternehmen an“, sagte er damals zum Kampagnenstart. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaft war er 16 Jahre bei Procter & Gamble und sieben Jahre bei der Deutschen Bank. Er weiß also, wie das Banken- und das Marketinggeschäft funktioniert. Darüber berichtet er als Referent beim Deutschen Marketing Tag 2017 am 23. November. Dann wird nicht nur der Deutsche Marketing Preis in Frankfurt vergeben, sondern es reden auch zahlreiche Referenten zum Thema #_Next_Level_Marketing. 

Chip-Implantate für Schweden

Es klingt wie Science-Fiction: Im schwedischen Start-up Epicenter haben sich 150 Mitarbeiter – freiwillig - Mikrochips in ihre Hand implantieren lassen. Chef Patrick Mesterton sieht in der Verknüpfung von Mensch und Technologie keinerlei Probleme. Für ihn sei das reiskorngroße Implantat eine tolle Möglichkeit, den Alltag bequemer und einfacher zu gestalten. So könnten die Angestellten mit dem Chip Türen öffnen, ihr Mittagessen bezahlen, den Drucker bedienen und vieles mehr. Allerdings erfasst der Chip auch, wann und ob ein Mitarbeiter zur Arbeit erschienen ist oder was er wann gekauft hat. Unterbrechen können die Mitarbeiter die Datenerfassung nicht und tauschen somit ihre Privatsphäre gegen Komfort ein. Ob das ein gutes Vorbild für andere Firmen ist, bleibt fraglich ...



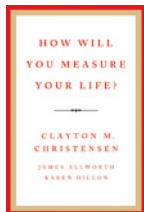
Gechipte Menschen heißen auch „Cyborgs“ – ein Mix aus Organismus und Maschine

Buchtipps des Monats



Michael Bloomberg liest ... How Will You Measure Your Life?

Vom New-York-Times-Bestseller-Autor Clayton M. Christensen kommt ein unkonventionelles Buch der Inspiration und Weisheit eines erfüllten Lebens. „Ich empfehle dieses Buch allen, die sich für Geschäfte oder Unternehmertum interessieren“, sagt Michael Bloomberg. für den das Buch als Unternehmer vielleicht deswegen etwas ist, weil Christensen für alle hart Arbeitenden eine neue Welt eröffnet. **Clayton M. Christensen, James Allworth, Karen Dillon: How Will You Measure Your Life?, Harper-Business, 240 Seiten, 17,99 Euro.**



Ein Einsteiger-Buch

Dieses Buch ist ideal für Leser, die erst wenig Erfahrung im Onlinemarketing haben. Sie erhalten viele Anregungen und Beispiele für eine strukturierte Herangehensweise an die Planung und Steuerung von Online-Marketing-Aktivitäten. Denn ein strukturierter, konzeptionell durchdachter Ansatz hat gegenüber ad hoc-Aktionen große wirtschaftliche Vorteile. Als Zusatz enthält das Buch zudem viele Servicelinks zu weiterführenden Informationen, Videos und zu eigens erstellten Screencasts. **Erwin Lammenett: Online-Marketing-Konzeption, Createspace Independent Publishing Platform, 206 Seiten, 26,75 Euro.**



Neue Medien und das Glücksempfinden

Was Social Media besonders gut kann: positive wie negative Begleiterscheinungen aufweisen. Das lässt sich an zahlreichen Beispielen belegen. Der Post hat weniger Likes bekommen als erwartet, der Schwarm ist online, schreibt jedoch nicht – und überall Bilder von wundervollen Menschen mit viel Geld, viel Zeit, viel Charisma. All diese Auswirkungen der neuen Technik sind Thema in Sarah Diefenbachs und Daniel Ullrichs Buch. Topaktuell, einfache Sprache, superunterhaltsam. **Sarah Diefenbach, Daniel Ullrich: Digitale Depression, MVG Verlag, 239 Seiten, 16,99 Euro.**

