

## » PRESSEMITTEILUNG

### **OWM: Herausforderungen des Marketing gemeinsam gestalten**

**Wettbewerbsdruck, Datenflut und automatisierte Prozesse - das Marketing steht vor anspruchsvollen Veränderungen. Tina Beuchler, Vorsitzende der OWM, appelliert an die Branche, die Zukunft gemeinsam anzugehen.**

**Berlin, 7. November 2013**

Mit einem Appell an die Kommunikationsbranche, die großen Herausforderungen der Zukunft gemeinsam anzugehen, eröffnete Tina Beuchler, Vorstandsvorsitzende der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM), heute Vormittag in Berlin die 18. OWM Fachtagung. Die Dynamik in den Märkten halte unvermindert an, der Wettbewerbsdruck sei extrem hoch und viele Entwicklungen, die durch die Digitalisierung hergerufen werden, seien heute in ihren Folgen nicht absehbar. „Diese Dynamik können wir nur dann erfolgreich bewältigen“, so Beuchler, „wenn Werbungtreibende, Medien, Mediaagenturen und Technologiepartner gemeinsam an einem Strang ziehen. Dann können wir erfolgreich an einer Zukunft arbeiten, die für uns immer wieder Neuland ist.“

Bereits im Vorfeld hatte eine Umfrage unter den OWM-Mitgliedern ergeben, dass sie bei der Gestaltung dieser Zukunft verstärkt digitale Medien einsetzen. In diesem Zusammenhang wies Beuchler noch einmal daraufhin, wie wichtig belastbare Leistungsnachweise für die Online-Werbung seien. Beuchler: „Digitale Medien haben eine sehr hohe Bedeutung im Mediamix, sie sind für Marketingkonzepte essenziell. Und diese Bedeutung wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.“

Die OWM-Mitglieder gaben in der Umfrage auch an, dass die derzeit größten Trends im Marketing technologisch getriebene sind. Als größte Herausforderungen sehen sie den Umgang mit der immer größeren Datenmenge sowie den Siegeszug der mobilen Medien und dessen Auswirkungen auf das Marketing. Denn damit wächst in den Marketingtagen auch die Bedeutung der IT und der automatisierten Prozesse. Hendrik Steckhan, Geschäftsführer der Coca-Cola GmbH, rief in seiner Keynote deshalb dazu auf, nicht nur auf Big Data zu vertrauen. Das Marketing habe längst seine Komfortzone verlassen und bewege sich heute in einer Epoche großer faszinierender Neuerungen und Fortschritte. Steckhan: „Trotzdem gelten nach wie vor eher zeitlose Prinzipien und Anforderungen an das Marketing: Neugierde, Mobilisierung und Vertrauen.“

Die Fachtagung in Berlin stand unter dem Motto „Mensch oder Maschine: Wer hat im Marketing Cockpit das Sagen?“. Das Fazit der abschließenden Diskussionsrunde war eindeutig: Auch künftig sitze der Marketeer im Driver Seat, nur werde die Maschine im Hintergrund immer wichtiger. Aus diesem Grund müsse es eigentlich heißen: Mensch und Maschine.

Sowohl die Advertisers' Night am Vorabend sowie der Kongress konnten in diesem Jahr mit rund 330 Besuchern einen neuen Rekord verzeichnen. Die Fachtagung im nächsten Jahr findet am 13. November 2014 statt.

*Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) ist der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland. Sie vertritt die Interessen ihrer mehr als 110 Mitgliedsunternehmen in allen relevanten Bereichen der Marketingkommunikation gegenüber Medien, Agenturen, Politik und in der Mediaforschung. Die OWM tritt für die Freiheit der Werbung ein und stellt Rahmenbedingungen dafür sicher, dass ihre Mitgliedsunternehmen so effizient und effektiv wie möglich werben können. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbandes mehr als 8,5 Milliarden Euro im Jahr für Kommunikation und Werbung.*

#### **Weitere Informationen:**

OWM  
Isabel Matz  
Mitgliederservice und Kommunikation  
Unter den Linden 42  
10117 Berlin  
Tel: 030. 20 61 68 - 29

K3 Presseagentur GmbH  
Simone Láposy  
Ichoring 37b  
82057 Icking  
Tel: 08178. 99 76 - 71  
Email:  
[s.lapossy@k3presseagentur.de](mailto:s.lapossy@k3presseagentur.de)