

Frankfurter Marketing Barometer jetzt bundesweit Deutsche Marketiers begrüßen neue Agenda des Deutschen Marketing Verbands

Die bisher vom Marketing Club Frankfurt erfolgreich eingesetzte Frankfurter Marketing Barometer-Umfrage läuft ab sofort auf einer landesweiten Plattform. Dies hatte der



Frankfurter Club zusammen mit dem Deutschen Marketing-Verband (DMV) beschlossen. Somit konnten bei der aktuellen Befragung zum vierten Quartal erstmals auch Vorstände und Mitglieder aller 66 Marketing Clubs in Deutschland teilnehmen.

Passend dazu war auch die Frage des Quartals an die nationalen Marketing-Vertreter gerichtet: „Stimmen Sie zu, dass die fünf Thesen (die neue Marketing-Agenda) die künftigen Herausforderungen für das Marketing sind?“ Die fünf prägnanten Thesen „Zugang, Präsenz, Dialog, Erleben und Organisation“* hatte Karl Georg Musiol, Präsident des Deutschen

Marketing Verband (DMV), bei der Mitgliederversammlung in Berlin als die neue Agenda der deutschen Marketing-Community vorgestellt.

Hierzu haben 75 Prozent der Befragten eine eindeutige Meinung und begrüßen die Agenda mit Aussagen wie „Ein klares Statement und ein guter Orientierungsrahmen unseres Verbands“.

Auch Claudio Montanini, Präsident des Marketing Club Frankfurt, sieht in der neuen Agenda den Königsweg: „Erfolgreiches Marketing braucht Leitlinien. Wir tun gut daran, jetzt Fahrt aufzunehmen und die Ziele im Auge zu behalten. Wir freuen uns, dass wir mit der Übergabe des Frankfurter Marketing Barometers einen Beitrag für die Marketing-Community in Deutschland leisten können.“

Prof. Dr. Bettina Fischer, verantwortlich für Wissenschaft und Innovation im Vorstand des DMV, freut sich auf den Einsatz des Frankfurter Marketing Barometer für alle Clubs: „Die Expertise unserer Mitglieder ist uns wichtig. Die Ausweitung der Befragung von Frankfurt auf eine landesweite Ebene gibt uns die Möglichkeit, diese regelmäßig abzufragen. Als Frühindikator für die Stimmung im Marketing hilft es uns, Tendenzen in der Geschäftslage und der -entwicklung noch nachhaltiger einzuschätzen.“

Der aktuelle Barometerwert entspricht mit 24 Punkten genau den Resultaten aus dem dritten Quartal für Frankfurt. Trotz aller Hiobsbotschaften von den Kapitalmärkten ist die Stimmung in den Marketing-Reihen optimistisch. Auffällig ist die hohe Übereinstimmung zwischen Auftraggebern und Auftragnehmern.

Im Vergleich zu den Ergebnissen aus dem letzten Quartal in Frankfurt wird die gegenwärtige Geschäftslage etwas besser eingeschätzt. Dafür sind die Befragten in der Einschätzung zu der Geschäftsentwicklung ihrer Unternehmen in den kommenden sechs Monaten ein wenig skeptischer.

* Die fünf Thesen der neuen Marketing-Agenda

Zugang

Wer den besten Zugang zum Kunden hat, wird langfristig erfolgreich sein.

Präsenz

Nach dem digitalen Goldrausch ergeben sich neue Perspektiven für das Marketing.

Dialog

Der kommunikative Paradigmenwechsel zieht immer größere Kreise und bedingt eine neue Marketing-Realität.

Erleben

Das Markenerleben der Menschen ist die Richtschnur für erfolgreiches Marketing.

Organisation

Marketing wird in einer erfolgsausgerichteten Unternehmensstruktur zur zentralen Schaltstelle zwischen Menschen und Unternehmen.