

Paradigmenwechsel im Marketing



Anton Jenzer, DMVÖ-Präsident & GF Schober Information Group Österreich & CEE. © ps

Point of Marketing: Am 19. Mai wird die Wissensplattform der Verbände ÖMG, DMVÖ und designaustria im Schloss Schönbrunn über die Bühne gehen

Wien. Am 19. Mai ist es so weit: Die Initiative „P.O.M. – Point of Marketing“, die von den drei Verbänden Österreichische Marketinggesellschaft (ÖMG), Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) und desingaustria ins Leben gerufen wurde, wird an diesem Tag im Schloss Schönbrunn über die Bühne gehen. Dieses ganztägige Get-together von Managern aus Wirtschaft und Industrie, Marketingprofis und Designern bietet in Kongressform verschiedene parallel laufende Veranstaltungen, die die neue komplexe Realität des Marketings zum Thema haben. DMVÖ-Präsident Anton Jenzer (GF Schober Information Group Österreich und CEE) verweist auf die steigende Bedeutung von Dialogmaßnahmen im Marketingmix – „sie bringen schnelle Erfolge, sind sehr verkaufsorientiert und exakt messbar“. Den Point of Marketing bezeichnet er als optimale Gelegenheit, „über unseren Mitgliederstamm hinaus mit Marketingverantwortlichen in Kontakt zu treten und unsere Leistungen vorzustellen“.

Der DMVÖ möchte einen möglichst breiten und tiefen Einblick in die heimische Marketingbranche ermöglichen. Zudem hat es sich der Verband zur Aufgabe gemacht, die Sicht der Konsumenten zu vertreten. Denn: „Der Konsument selbst bestimmt heute Art, Umfang und Kanal der Kommunikation“, so der DMVÖ-Präsident. Aus diesem Grund möchte er das Thema Marketing von verschiedenen Seiten beleuchten. Das DMVÖ-Motto der Veranstaltung lautet: „Macht der Konsumenten – Ohnmacht der Marken“.

Jenzer, der mit den beiden anderen Verbandspräsidenten den Point of Marketing eröffnen wird, schickt einige Experten ins Rennen, die genau diesen Paradigmenwechsel in der Kommunikation thematisieren werden. Darunter etwa Michael Weberberger (twyn group) mit seinem Vortrag „100% Zielgruppe mit 0% Streuverlust“, Peter Hofbauer (Dimoco) mit „Mobile Marketing 3.0: Ein Blick in die Zukunft“ oder Sabine Hoffmann (ambuzzador) mit ihrer Keynote zum Thema „Digitale Reputation – die neue Währung in der Markenführung“. Waltraut Kotschy von der Datenschutzkommission wird über aktuelle Entwicklungen im

Datenschutz referieren.

500 Teilnehmer erwartet

Gerade die Bereiche Online und Digital seien auch für Dialogmaßnahmen bestens geeignet, meint Jenzer, der diesen Umstand auch bei der Selektion der Referenten berücksichtigt habe. Im DMVÖ selbst wurde eine eigene Arbeitsgruppe für diese Medien eingerichtet: die „Digital Initiative“. Die über 550 Mitglieder des DMVÖ zahlen für den Eintritt zum P.O.M. 100 € „Wir sind einer der größten Kommunikationsverbände des Landes und freuen uns natürlich auch, wenn wir mit derartigen Veranstaltungen weitere Mitglieder gewinnen können“, so Jenzer, der mit insgesamt 350 bis 500 P.O.M.-Teilnehmern rechnet.

www.p-o-m.info