

PRESSEMITTEILUNG

„Marke Deutschland“ als Auftrag

Marken als Standortfaktor: Warum Marketing über die Zukunft Deutschlands mitentscheidet

Düsseldorf, 05. Februar 2026

Marketing übernimmt Verantwortung – unter diesem Anspruch und dem Leitmotiv „Marke Deutschland – Mut. Ideen. Zukunft!“ treffen sich am 19. Februar 2026 im Kap Europa in Frankfurt führende Akteurinnen und Akteure aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zum Deutschen Marketing Tag (DMT). Ausgerichtet vom Bundesverband Marketing Clubs (BVMC) setzt der Kongress Impulse für Marketing als gestaltende Kraft.

Im Mittelpunkt stehen zentrale Zukunftsfragen der Marketing- und Kommunikationsbranche: Wie können Marken Orientierung geben und Verantwortung übernehmen – und welchen Beitrag leistet Marketing zur Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland?

„‘Marke Deutschland‘ kann künftig für Ideenkraft, Innovationskraft und Umsetzung stehen“, sagt BVMC-Präsident Claudio Montanini. „Marketing hat dabei eine zentrale Rolle: Wir schaffen Nachfrage, übersetzen Innovationen in relevante Angebote und leisten damit einen konkreten Beitrag zur Zukunftsfähigkeit unseres Standorts.“

Vier Themenfelder, ein gemeinsames Ziel

Das Programm des Deutschen Marketing Tags 2026 gliedert sich in vier Themenfelder: Marke im Wandel · Mut zur Stimme · Kooperation ist die neue Innovation · Marketing für morgen. In Keynotes, Panels und Dialogformaten geht es um konkrete Perspektiven für die Zukunft des Marketings.

Zu den über 75 Speakern zählen unter anderem Dr. Steffen Greubel (METRO AG), Tina Müller (Weleda), Martell Beck (Deutsche Bahn), Kerstin Köder (SAP) sowie weitere Verantwortliche von Audi, Deutsche Telekom, Henkel, Sixt und anderen namhaften Unternehmen.

„Marke Deutschland“ als Gemeinschaftsprojekt

Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Weiterentwicklung von „Marke Deutschland“ als gemeinschaftlichem Projekt – konkret und interaktiv: In Workshops erarbeiten die Teilnehmenden unter anderem ein Brandbook sowie eine Audiobrand zu „Marke Deutschland“.

Darüber hinaus rückt der DMT Marketing Pioniere in den Fokus, die neue Perspektiven auf Markenführung und Verantwortung eröffnen. Mit dem Format „Meet Next Generation“ fördert der Kongress gezielt den Austausch zwischen erfahrenen Führungskräften und jungen Talenten.

Frankfurt als Impulsgeber – Auszeichnung am Abend

Als Austragungsort setzt auch Frankfurt ein bewusstes Signal. In einem eigenen Programmpunkt diskutieren Vertreterinnen und Vertreter aus Stadt, Wirtschaft und Verband – unter anderem mit Oberbürgermeister Mike Josef – die Rolle Frankfurts als Impulsgeber für Wirtschaft, Marke und Standortentwicklung.

Den Abschluss des Kongresstages bildet die Abendveranstaltung mit der Verleihung des Deutschen Marketing Preises, einer der wichtigsten nationalen Auszeichnungen für ganzheitliche Marketingleistungen.

Mehr Informationen zum DMT gibt es unter www.marketing-tag.de.

Über den Bundesverband Marketing Clubs e.V.

Der Bundesverband Marketing Clubs (BVMC) ist der Berufsverband des Marketingmanagements und die verbindende Organisation der 55 Marketing Clubs in Deutschland. Er bietet ein Netzwerk für die praxisnahe Weiterbildung und den Wissensaustausch und fördert die Nachwuchsarbeit. Der BVMC ist mit seinen 11.000 Mitgliedern einer der größten Business Clubs in Deutschland und vertritt die Interessen der Marketingwirtschaft.

Kontakt

Bundesverband Marketing Clubs e.V.
Sternstraße 58
40479 Düsseldorf
0211.864 06-12
E-Mail: presse@bvmc.de