

PRESSEMITTEILUNG

Marke wird zur Führungsaufgabe

Über 500 Entscheider:innen diskutieren beim Deutschen Marketing Tag 2026 in Frankfurt über die Zukunft der „Marke Deutschland“ – Deutscher Marketing Preis geht an IKEA

Düsseldorf, 20. Februar 2026

Marke ist heute strategischer Orientierungsrahmen und zunehmend Gegenstand unternehmerischer Führung. Welche Rolle Marketing dabei übernimmt, wurde auf dem Deutschen Marketing Tag (DMT) 2026 in Frankfurt deutlich. Veranstaltet vom Bundesverband Marketing Clubs (BVMC), diskutierten unter dem Leitmotiv „Marke Deutschland – Mut. Ideen. Zukunft!“ mehr als 500 Entscheider:innen und über 80 Speaker:innen im Kap Europa über die strategische Bedeutung von Marke für wirtschaftliche und gesellschaftliche Zukunftsfähigkeit.

Marke als strategischer Kompass für Deutschland

Im Mittelpunkt stand, wie Marken unternehmerische Entscheidungen prägen und langfristige Orientierung geben können – und warum Markenführung heute auch hierzulande auf C-Level verankert gehört. Die verschiedenen Sessions, Diskussionen und Keynotes machten deutlich, dass Marketing zunehmend Verantwortung über die klassische Kommunikation hinaus übernimmt.

„Deutschland verfügt über außergewöhnlich starke Marken und enormes Potenzial. Entscheidend ist, diese Stärke aktiv zu nutzen und Impulse für Wachstum und Vertrauen aus den Unternehmen selbst heraus zu setzen“, appellierte Steffen Greubel, CEO der METRO AG, in seiner Opening Keynote.

Dass dies auch unternehmerischen Mut und klare Positionierung erfordert, wurde im Panel „Generation Mut – TOP unter 40“ deutlich. „Mut heißt, nicht auf perfekte Rahmenbedingungen zu warten, sondern sie selbst zu gestalten“, sagte Christina Puello, Gründerin und Geschäftsführerin von Deutsche Dienstrad. Marken entstehen dort, wo Verantwortung übernommen und Zukunft aktiv gestaltet wird.

Ein besonderer Fokus lag zudem auf der Weiterentwicklung der „Marke Deutschland“ als gemeinschaftlicher Referenzrahmen – getragen von Unternehmen, Institutionen und gesellschaftlichen Akteuren. In interaktiven Formaten arbeiteten die Teilnehmenden an konkreten Elementen einer künftigen Markenidentität, darunter ein über den Tag in Workshops entwickelter Brandlook und Brandsound, deren Ergebnisse am Abend vorgestellt wurden. Mit „MEET NEXT GENERATION“ erhielt auch die neue Generation von Marketingverantwortlichen eine eigene Bühne für Perspektiven und Impulse zur Zukunft der Disziplin.

Abendveranstaltung würdigt herausragende Markenführung

Die Abendveranstaltung bot Raum für Austausch, neue Verbindungen und die Weiterführung der inhaltlichen Impulse über die Bühne hinaus. Im festlichen Rahmen wurde der Deutsche Marketing Preis 2025 an IKEA verliehen. Laudator Jesko Perrey, Senior Partner bei McKinsey & Company,

würdigte insbesondere die exzellente Markenführung des Unternehmens über einen langen Zeitraum und hob die hohe Autonomie des Marketings in Deutschland hervor. Den Preis nahm Heiko Klauer, Chief Marketing Officer von IKEA Deutschland, gemeinsam mit seinem Team entgegen. „Wir sind super stolz. Und doch sind wir ehrlich: Die Marke wird nicht nur im Marketing gemacht, sondern jeden Tag in den zahlreichen Einrichtungshäusern.“

Start der DMT-Trilogie in Frankfurt

„Wir haben heute Part One der Marke-Deutschland-Trilogie erlebt – drei DMT-Ausgaben in Frankfurt, die diesen thematischen Bogen tragen. Und wir haben etwas gelernt: Wir müssen ins Machen kommen. Und wenn Marketingleute eines können, dann ist es etwas bewirken“, sagte Claudio Montanini, Präsident des BVMC.

Der nächste Deutsche Marketing Tag findet am 17. Februar 2027 statt und führt den begonnenen Dialog zur Marke Deutschland weiter. 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