



PoV: W&V Make 2019

VERONIKA HOHENOECCKER, UNIT DIRECTOR & DORIS HIRRLINGER-WELZ, GROUP HEAD, MEDIACOM GERMANY 26 NOV 2019

Am 26.11 fand in München die W&V MAKE statt. Auf dieser Veranstaltung dreht sich alles um das richtige Marketing für den Mittelstand. Dies bedeutete, dass verschiedene Vertreter mittelständiger Unternehmen in die Diskussion mit Marketingverantwortlichen, Digitalexperten und Strategen gegangen sind, um sich über die Entwicklung des Marktes hinblickend auf Digitalisierung, Tradition und Innovationen auszutauschen.

Durch die Fokussierung auf die Herausforderungen und Problemstellungen des

Mittelstandes waren viele Geschäftsführer mittelständischer Unternehmen anwesend. Unter anderem wurden Vorträge von DM, Vogue, Rodenstock, Hengstenberg, Penninger, Oberberg Kliniken, Collonil, Andechser Natur, Ortlieb und Followfood gehalten. Key-take-away des Tages: Masse macht den Umsatz. Weiterhin, ganz getreu dem Motto „Innovationen vorantreiben“, empfahlen die Speaker diverser Mittelstands-Unternehmen die Erschaffung von Subbrands, um mit diesen jung und zugleich cool im Markt dabei zu bleiben. Der Mittelstand zeichnet sich außerdem durch die besondere Nähe des Konsumenten zur jeweiligen Marke aus und sollte sich daher zudem darauf fokussieren, die Marke erlebbar zu gestalten und sogenannte „sharable moments“ zu kreieren. Abschließend ist der Aspekt der Regionalität und der Nachhaltigkeit als USP des Mittelstandes zu verstehen. Die damit verbundenen Werte der jeweiligen Marke müssen herausgestellt werden und dies diesbezüglich Haltung zeigen, selbst gegen die Goliaths der Branche.

WAS WAR EUER PERSÖNLICHES HIGHLIGHT?

Unser persönliches Highlight war der Vortrag des Marketings des Fußballclubs 1. FC Nürnberg. Hier wurde der Marketingball hin und her gespielt mit dem Fazit, dass Kundenbindung ein Leben lang funktionieren kann, also „von der Wiege bis zur Bahre“.

GROWTH