



© Lukas Jahn

Marken-Roadshow von Serviceplan Group und GfK: Markus Mazuran, Peter Haller und Ronald Hochmayer.

Schneller ans Ziel

29. Marken-Roadshow: Serviceplan Group, GfK und der Markenverband präsentieren „Speed-Management“.

WIEN. Wer zu spät kommt, den bestraft der Markt – das ist das Resümee der gestern in Wien stattgefundenen Etappe der 29. Marken-Roadshow von Serviceplan Group und GfK in Kooperation mit dem Markenverband. Es geht immer mehr um Echt-

zeitdaten, um innovative Produktpolitik, um ein dynamisches Media Management und hybride Vertriebskonzepte. Es geht um „Speed-Management, die vierte Dimension des Erfolgs“.

So lautet auch das Motto der diesjährigen Roadshow. Die Auf-

taktveranstaltung fand kürzlich in Hamburg statt, nun war man in Wien, weitere Termine in Frankfurt, Köln und Zürich folgen in den nächsten Tagen und Wochen. Die Abschlussveranstaltung in München wird auch per Livestream übertragen.

„Wir stehen am Rande einer Realtime-Data-Revolution“, urteilt *The Economist*: Politik, Zentralbanken und Unternehmen bräuchten für ihre Entscheidungen künftig Daten in Echtzeit, um schneller und aktueller auf die immer höhere Veränderungsgeschwindigkeit in Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und Verbraucherverhalten reagieren zu können.

Erfolgreich bleiben

Welche Herausforderungen sich dadurch Marketingverantwortlichen stellen, wurde und wird eingehend behandelt. Klar ist: Die drei klassischen Treiber des Marketings, Produktpolitik, Vertrieb und Kommunikation, brauchen für eine erfolgreiche Markenführung eine vierte Dimension, um rascher und gezielter auf die rasant gestiegenen Veränderungen zu reagieren: Speed-Management.

Wie man mittels moderner Technologie, unter Einsatz von KI, mit Know-how und Kreativität, in Zeiten dramatischer Veränderungsprozesse zu einem Gewinnerunternehmen werden kann, zeigen Case-Studies. (red)



| Alle Kommunikationspartner auf einen Blick

Infoscreen spannte Bogen

Rekordteilnehmerzahl bei Agenturchallenge.

WIEN. Mit über 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern in 37 Teams aus 13 Mediaagenturen verzeichnete die bereits achte Agenturchallenge von Infoscreen eine bisher unerreichte Teilnehmerzahl.

Zum Finale stand Bogenschießen am 3D Parcours Kahlenberg am Programm. Dafür waren je ein Team der Agenturen MediaCom, Mediaplus, OMD,

Mindshare und zwei von dentsu qualifiziert.

Diese sechs hatten in der Vorrunde die „märchen- und sagenhaften Schätzfragen“ am besten beantwortet.

Mit Pfeil und Bogen erwies sich schließlich das Damen-Team von OMD als treffsicherstes und gewann die Agenturchallenge vor den Teams von Mediaplus und Mindshare. (red)



© Wolfgang Kern/Infoscreen

Die Bogenschützen des Finales der Infoscreen Agenturchallenge 2022.