**Marketing Tech Summit 2021:
Manege frei für den Spaghetti-Zirkus**

* Marketing Tech-Architekturen: Viele lose Fäden zu einem festen Seil verknüpfen
* Der Tageskongress in Hamburg am 15. September 2021 zeigt Strategien und viele Best Practice Beispiele aus Unternehmen verschiedener Branchen und Größen für den Aufbau eines datengetriebenen, digitalisierten Marketings
* Mehr als 20 hochkarätige Referenten aus dem deutschsprachigen Raum

**Hamburg, 28. Juli 2021** – Rund 20 Milliarden Euro werden deutsche Unternehmen bis 2025 in ihre Marketing-Technologien investieren müssen. Das haben Berechnungen anhand der Branchenbefragung „Marketing Tech Monitor 2021“ ergeben, die dieses Jahr in ihrer dritten Auflage erschienen ist. Durchgeführt wurde beides von der Digitalberatung Marketing Tech Lab, die am 15. September 2021 wieder den jährlichen Marketing Tech Summit im ehemaligen Hauptzollamt in der Hamburger Speicherstadt veranstaltet. Der Kongress, der bereits zum dritten Mal stattfindet, greift Themen und Erkenntnisse aus der Studie unter mehr als 250 Marketing-Verantwortlichen auf: Laut der Studie hat die Mehrheit der Unternehmen die Notwendigkeit erkannt, für die weitergehende Digitalisierung und den Aufbau eines datengetriebenen Marketings eine eigene integrierte Marketing-Technologiearchitektur aufzubauen. Viele wissen jedoch nicht, wie sie diese große Herausforderung angehen sollen.

**Digitale Transformation: Aus 10.000 Bauteilen eine tragfähige Architektur entwickeln**

Hier setzt der Marketing Tech Summit 2021 an. Der Kongress soll Marketingverantwortlichen vor allem praktische Lösungsansätze in Form von Fallbeispielen in vielen unterschiedlichen Themenbereichen und Industriesegmenten geben. Denn es gibt bereits heute mehr als 10.000 verfügbare Tools und Software-Lösungen für unterschiedliche Anwendungen im Marketing, Tendenz rapide steigend. Aber welche Lösung, welches Tool passt zu den konkreten Anforderungen, die ein Unternehmen für ihre digitale Transformation benötigt? In Vorträgen, Diskussionsrunden und anhand von Praxisbeispielen berichten mehr als 20 Referenten über ihren Weg zur digitalen Transformation des Marketings: Besonderes Augenmerk liegt dabei auf Themen wie Echtzeitoptimierung von Budgets und Werbekampagnen, Datenmanagement und Customer Relationship Management (CRM).

**Einblick in die Marketing-Praxis von Lufthansa, Otto & Co.**

Die Referenten sind allesamt Marketing-Experten in verantwortlichen Positionen bei renommierten Unternehmen wie Beiersdorf, Lufthansa, Otto, Zalando, Philips, Flaschenpost, HUK24, MediaMarktSaturn, TUI oder Chiefmartec aus den USA. Im Vordergrund stehen Best Practices aus den Bereichen Handel, Versicherungen, Konsumgüter und Touristik. Eines der Kernthemen wird sein, wie Unternehmen die Vielzahl an losen Fäden in ihren bestehenden IT-Einzellösungen und Daten, die sich in einigen Unternehmen wie ein „Spaghetti-Zirkus“ anfühlen, in den Griff bekommen und zu einer geordneten „Lasagne-Komposition“ verknüpfen können.

**Ausgezeichnete Konzepte: Gewinner des ersten Marketing Tech Award werden gekürt**

Unternehmen, denen dieses Kunststück mit einer klaren Strategie und einem detaillierten Plan gelingt, werden den Marathonlauf auf dem Weg zu einem vollständig digitalisierten Marketing erfolgreich bestreiten. Einen wichtigen Erfolg werden auch die drei Gewinner des Marketing Tech Award 2021 verbuchen: Sie werden im Rahmen des Marketing Tech Summit 2021 für den Bebauungsplan ihrer MarTech-Architektur ausgezeichnet. Die Bewerbungsphase läuft noch bis 12. August 2021. Eine Fach-Jury, die aus Marketing-Entscheidern und Digitalspezialisten besteht, wird in einem zweistufigen Verfahren die drei Sieger ermitteln. Informationen zur Bewerbung und zu den Einreichungsfristen finden Interessierte unter <https://marketing-tech-award.de/>. Im Anschluss an die Award-Verleihung wird Scott Brinker, Editor Chiefmartec, den Kongress mit seiner Closing Keynote beenden, ehe bei einem gemeinsamen Abendessen mit Weinverkostung persönliche Netzwerke gepflegt werden können.

„Eine ganzheitliche und zielgerichtete Marketing Tech-Bebauung ist eine der wichtigsten Zukunftsaufgaben der Branche. Der jährliche Marketing Tech Summit 2021 und unsere weiteren Content- und Dialogplattformen sollen dem Thema eine Bühne geben. Über die Vorstellung Best Practices sowie Methoden und Tools möchten wir Marketingverantwortlichen die Möglichkeit zum fachlichen Austausch bieten und als Inspirationsquelle neue Impulse setzen“, fasst Dr. Ralf Strauß, Managing Partner des Marketing Tech Lab und Präsident des Deutschen Marketingverbands zusammen.

Das Karlsruher Unternehmen Brandmaker unterstützt den Marketing Tech Summit als Presenting Partner, zudem engagieren sich Analyx, Bloomreach, Decentriq und dun&bradstreet als Premium Partner.

Weitere Informationen und Bildmaterial finden Sie [hier](https://www.marketingtechlab.de/pressemitteilung_20210728/).

**Pressekontakt**

**Story Works GmbH**

Raoul Fischer
rf@story-works.de
+49 (0) 69 – 2722 1749 12

Holger Neumann
hn@story-works.de
+49 (0)179 – 5057672

**Die Marketing Tech Lab GmbH** ([marketingtechlab.de](https://www.marketingtechlab.de/)) ist eine digitale Beratung, die Unternehmen aus allen Branchen in der digitalen Transformation unterstützt. Das Leistungsspektrum umfasst Strategie-Entwicklung mit Blick auf Geschäftsmodelle, IT und Daten, Marketing-Planung und -Prozesse, Multi-Channel-Marketing, Performance-Messung sowie Customer-Experience-Themen. Die Marketing Tech Lab GmbH wurde 2019 als Tochter der Customer Excellence GmbH gegründet.