



Markenfestival 2025: Künstliche Intelligenz trifft Markenidentität

Das Markenfestival am 24. September thematisiert die Zukunft der Markenführung. Tourismus erhält eine prominente Bühne.

Düsseldorf – Wie verändert Künstliche Intelligenz die Führung von Marken? Welche Rolle spielt sie bei der Positionierung von Produkten, der Kommunikation mit Zielgruppen und dem Schutz von Identitäten? Antworten auf diese Fragen liefert das Markenfestival am 24. September 2025 in der Merkur Spiel-Arena in Düsseldorf. Unter dem Titel „KI & Marke: Liebe oder Schicksal!“ rückt die Veranstaltung das Spannungsfeld zwischen Technologie und Markenführung in den Mittelpunkt.

Mit über 80 Referentinnen und Referenten sowie rund 500 erwarteten Gästen ist das Festival ein bedeutender Branchentreffpunkt für Entscheider aus Marketing, Kommunikation und Unternehmensführung. In insgesamt 14 Foren sowie auf der Hauptbühne werden Erfahrungen, Perspektiven und Best Practices von internationalen Konzernen wie von mittelständischen Marken geteilt. Thematisch reicht das Programm dabei von Fragen des Rebrandings und der langfristigen Markenbildung über KI-basierte Strategien und datengetriebene Kommunikation bis hin zu neuen Wegen im Influencer Marketing und im Umgang mit der Generation Z.

Ideen aus der Praxis für Entscheider von heute

„Wir greifen mit dem Festival die zentralen Spannungsfelder der modernen

Markenführung auf“, sagt Hans-Willy Brockes, Veranstalter und CEO des ESB Marketing Netzwerks. „Die Teilnehmer erwartet ein breites Themenspektrum, das von der juristischen Einordnung aktueller Entwicklungen bis hin zu konkreten Einblicken aus der Praxis führender Marken reicht.“

Was China vormacht und Europa noch lernen muss

Jochen Sengpiehl, einst globaler Marketingchef von Volkswagen und zuletzt in China tätig, beschreibt zudem, was künftig von KI-Tools auf „China Speed“ zu erwarten ist. Unternehmen müssten sich schon heute darauf einstellen, sagt der von Forbes mehrfach ausgezeichnete Markenexperte. Mit dabei sind unter anderem: Carrera, Meta, Spotify, Kitzbühel Tourismus, Schöffel, OTTO, KFC und Hagebau.

Digitale Destinationen, der Tourismus im Umbruch

Einen besonderen Stellenwert erhält auch der Tourismus. Die Branche, die wie kaum eine andere auf Authentizität und emotionale Bindung setzt, nutzt Künstliche Intelligenz zunehmend als Werkzeug zur Profilierung. Kitzbühel Tourismus etwa berichtet von einem mutigen Rebranding mit KI-gestütztem Design. Schwarzwald Tourismus hat mit der digitalen Markenbotschafterin „Schwarzwald Marie“ eine virtuelle Identifikationsfigur geschaffen. Und Kärnten Werbung setzt auf immersive 360°-Erlebniswelten und einen KI-basierten Concierge-Service, der Gäste in Echtzeit informiert.

Auch rechtliche Fragen und ethische Grenzen der KI finden Raum. Markenjurist Florian Reiling beleuchtet Risiken rund um Urheberrechte, Lizenzvergabe und Ownership von KI-generierten Inhalten.

Ein Ort für den Austausch, von Marken für Marken

„Das Markenfestival bringt nicht nur führende Köpfe aus Wirtschaft, Sport und Tourismus zusammen. Es macht Düsseldorf für einen Tag zum Schaufenster der Markenwelt von morgen. Wir verstehen uns als Gastgeber für einen Dialog, der über Branchen hinaus Wirkung entfalten kann“, sagt Christian Poschmann, Executive Director Corporate Events von D.LIVE.

Das Festival folgt dem Prinzip „von Marken für Marken“. Organisiert vom ESB Marketing Netzwerk und D.LIVE, richtet es sich an Fachpublikum aus dem deutschsprachigen Raum. Die Teilnahme für Markenverantwortliche ist nach Anmeldung kostenfrei.

Weitere Informationen und Anmeldung unter: www.markenfestival.com

Veranstaltungsort:

MERKUR SPIEL-ARENA, Düsseldorf

24. September 2025

Veranstalter: ESB Marketing Netzwerk & D.LIVE