

## **Von Influencer-Marketing bis KI – das sind die Highlights des Markenfestivals 2024**

**Düsseldorf begrüßt das dritte Markenfestival unter dem Motto "Branding needs Influence." Am 29. August wird die MERKUR SPIEL-ARENA zur Bühne für das „Who is Who“ der deutschen Markenwelt. Entscheiderinnen und Entscheider werden über die Herausforderungen diskutieren, denen Marken heute gegenüberstehen.**

Düsseldorf - Das Festival hat sich als zentraler Treffpunkt von Marken für Marken etabliert. Ein erster Blick auf das Programm verrät: Es wird erfrischend vielfältig. Rund 80 Speaker werden erwartet, die Einblicke in aktuelle Trends und Strategien für Marken geben. Mit Bühnen zu Nachhaltigkeit, Markenpositionierung, Tourismus-Marketing, Social Media & GenZ und KI richtet sich das Markenfestival an CMOs, Markenentscheider sowie Agenturen und Medien im Markenumfeld. Alles nach dem Motto von Marken für Marken.

### **Ein Festival von Marken für Marken**

Das Markenfestival verspricht ein beeindruckendes Line-up an hochkarätigen Referentinnen und Referenten aus der Markenwelt. Namhafte Unternehmen wie SCOTT Sports, Victorinox, Borussia Dortmund, ALDI Nord, Rügenwalder Mühle, Too Good To Go usw. sind dabei.

### **So erreichen Marken die jüngere Zielgruppe**

Ein Highlight darunter ist der Vortrag vor Obi und wie die Baumarktkette mit dem YouTube-Format „Mach mal mit Obi“ die junge Generation für „Do it yourself“ begeistert. Auf die jüngeren Zielgruppen haben es auch Marken wie Gucci, Nike, Walmart und NIVEA abgesehen, denen das Metaverse von Roblox dazu neue Wege eröffnet. Ob das ein Gamechanger für Marken ist, darüber wird Thanh Dao, der Managing Director von Jung von Matt NERD erklären. Und auch SCOTT Sports hat sich intensiv dem Thema gewidmet, wie man kontinuierlich Markenerlebnisse über verschiedene Kanäle hinweg bespielt. SCOTT Sports erreicht dies in 83 Ländern und 30.000 Geschäften weltweit.

### **Influencer und KI im Tourismus**

Tourismus steht ebenfalls im Fokus des Festivals. Die Österreich Werbung wird mit Chat SkiPT eine Kampagne vorstellen, in der Skilehrer Fragen im Chatraum beantworten, statt KI. Diese authentische Intelligenz stellt einen möglichen Gegentrend dar und zeigt, wie Authentizität im Marketing genutzt werden kann.

Ein weiteres Highlight ist die Winterkampagne von FALKE und Schweiz Tourismus, bei der Influencer, Models und Athleten die Magie des Wintersports in der Jungfrau-Region einfangen. Aber wie findet man die richtigen Influencer für Tourismus? Diese Frage wird die Plattform „Influmatica“ beantworten. Das von SemanticForce entwickelte Dashboard bietet Hashtag-basierte Kampagnen-Reportings, Lokalisierung von Influencern und den Zugriff auf internationale Influencer.

Das Markenfestival wird bereits zum dritten Mal von ESB Marketing Netzwerk und D.LIVE veranstaltet. Rund 500 Teilnehmende aus Deutschland, Österreich und der Schweiz werden erwartet. Alle Informationen sind unter <https://www.markenfestival.com/> verfügbar. Die Anmeldung ist ab sofort möglich.