

MarketingBAMB! 2018: „Der Kampf der Giganten ist vorüber“

Marketing-Seminar war gestern, heute lässt man die Fetzen fliegen. Der Zukunftsexperte Dietmar Dahmen kam mit seiner Innovations-Show „Marketing-Bamm“ in die Samsung Hall nach Zürich und überzeugte mit Wissensvermittlung 4.0.

Zürich - Mit Pauken und Getöse geleiteten zwei Trommler die 400 Teilnehmer in den Saal, von denen nur wenige eine Vorstellung davon hatten, was sie an diesem Montagnachmittag erwarten wird. Erstmals war der Ökonom und Psychologe Dietmar Dahmen mit seiner Innovations-Show in Zürich zu Gast, um mit viel Action dem Publikum jene Trends der Digitalisierung vor Augen zu führen, die sie nicht verschlafen sollten. Und geschlafen hat in dem vierstündigen Vortrag mit dem Titel „Marketing BAMB“ garantiert niemand. Denn nicht nur wörtlich, sondern auch ganz real liess Dahmen die Puppen tanzen, als er eine Tänzerin zum „Daten-Striptease“ auf die Bühne bat. Eine bleibende Erinnerung daran, dass 80% der Menschen dem iPhone beinahe alles anvertrauen.

Zum Auftakt wummerten die Boxen, Rauch stieg auf und die überdimensionale LED-Wand zeichnete lodernde Flammen, als plötzlich Dietmar Dahmen ganz am Puls der Zeit mit dem Elektro-Motorrad auf die Bühne kurvte. Und Bamm! So geht Wissensvermittlung heute. Dass dabei auch ungewöhnliche Mittel zum Einsatz kommen, ist für den Zukunftsforscher nur eine logische Konsequenz. Denn der Wandel ist unaufhaltsam. Das Einzige was in der volatilen Welt von heute hilft ist Flexibilität.

Wer die Zukunft gestalten will, der müsse neue Wege gehen. „Altes macht schwach. Man muss auf neue Technologien setzen, ohne altes Denken und ohne alte Werte“, meint Dahmen. Die Angst vor Veränderungen sei nur dem Mangel an Kompetenz geschuldet. Das Problem bestehe darin, dass sich Unternehmer gerne auf den aktuellen Erfolgen ausruhen. Sie haben es sich auf ihren Kissen gemütlich gemacht. Zur Verwunderung des staunenden Publikums warf Dahmen postwendend eine Kettensäge an, um jene weichen Kissen zu zersägen, auf denen man es sich so komfortabel einrichtet hat.

„Giganten kämpfen nicht mehr gegeneinander“

Das „Duell der Giganten“ zweier Weltmarktführer wird es nicht mehr geben. Gerade die kleinen, schnellen Unternehmen sind es, die laut Dahmen die grossen Konzerne zum Kampf auffordern. Kleine Player besitzen keine Kernzielgruppe und keinen USP (Unique Selling Proposition) mehr. Sie zeichnen sich durch ihre hohe Flexibilität aus. Start-Ups kennzeichnet, dass sie nicht „craft driven“ (Handwerk-orientiert) sondern „mission driven“ (Visions-orientiert) handeln. Gerade das sei heute in allen Lebensbereichen gefordert. Warum das so wichtig ist? Kunden sind nicht nur Könige, sondern auch Narzissten, die wie Kleinkinder alles haben wollen. Und das sofort. Dabei haben sich auch ihre Werte völlig verändert, denn für 58 Prozent der Kunden sei heute Bequemlichkeit oberste Priorität. „Der Trend geht hin zum Zero-Click“, meint er. Connectivity, sprich Vernetzung, sei die Technologie der Zukunft. „Jeder Termin, den Sie auf ein Blatt Papier schreiben, ist ein dummer Termin.“ Online eingetragen, können diese vernetzt werden und beispielsweise kennt in Zukunft die Kaffeemaschine oder der Taxifahrer das Ende des Meetings.

Im Gespräch mit Robotern

Im Laufe der wort- und bildgewaltigen Show untermauerte Dahmen seine Aussagen mit zahlreichen Fallbeispielen und Kurzvideos. Selbst ein kleiner Roboter Namens „Raiffi“ des „Raiffeisen Rai Lab's“ hatte seinen Auftritt. „Gewöhnen Sie sich schon mal daran, denn 60 Prozent der Arbeitsplätze werden stark automatisiert werden.“ Für Dahmen stellt sich aber nicht die Frage, ob Mensch oder Maschine das Rennen macht. Das Digitale wird das Analoge positiv ergänzen. Es gebe keinen Kampf von Analog und Digital. „80 Prozent der Jobs, die wir im Jahr 2030 ausüben werden, gibt es jetzt noch gar nicht,“ beruhigt er. Die Technologie werde alles vereinfachen. Dahmen nennt das „Digitales Upgrade“, durch das Menschen wieder mehr Freiheiten erhalten. Wenn Roboter ungeliebte Teile des Jobs übernehmen, erhalten Menschen mehr Zeit für Kreativität und Eigeninitiative. Laut Dahmen werden wieder mehr Menschen ihrer Berufung, statt nur ihrem Beruf folgen können.

Paleo Marketing: „Back to Steinzeit“

Während seines 4-stündigen Vortrages erklärte Dahmen u.a. den Begriff des Paleo Marketing. Gerade in der schnelllebigen und häufig verwirrenden Welt funktionieren Emotionen, Sex und Gefahr als Kaufmotivation besonders gut. „Im Grunde will jeder wie in der Steinzeit Dominanz gegenüber dem anderen ausstrahlen. Wenn durch Marken Dominanz ausgestrahlt wird, sind sie erfolgreich,“ so Dahmen.

Dahmens Vortrag lieferte keine vorgefertigten Standard-Lösungen, keine Zehnschritte Anleitung zum Erfolg. Aber er gab einen provokanten Anstoß dazu, sich auf die Zukunft hinzubewegen. Seine Abschlussbotschaft: „Der Wandel ist unaufhaltsam. Setzen Sie sich mit ihm auseinander oder gehen Sie unter!“

Am 26.Februar 2019 findet Dahmens nächste Innovations-Show in Zürich statt.

5011 Zeichen, 721 Wörter (inkl. Titel), Belegexemplar erbeten – Bildnachweis: ©pixelundkorn

Impressionen 2018 Zur Homepage	Kontakt: ESB Marketing Netzwerk Fabian Weber Brunneggstr.9 CH-9001 St.Gallen	Tel.: +41 (0) 41 71 223 78 82 E-Mail: presse@esb-online.com Web: www.esb-online.com
---	---	---