

Präsident **Willi Denecke** sowie Beiratsmitglied und Moderatorin **Petra Ohlmeyer** freuten sich über den lehrreichen Abend mit **Michael Behrens**, Geschäftsführer Jung von Matt

#### MC Südwestfalen

**Michael Behrens, Geschäftsführer von Jung von Matt und Experte für internationale Werbestrategien, präsentierte, wie die Digitalisierung aktuell Kundenentscheidungen prägt – von großen wie von kleinen Unternehmen.**

Dazu brachte der Hamburger Referent erst einmal alle auf einen Stand, was Digitalisierung derzeit heißt. Er zeigte, wie klassische Werbeträger wie Zeitungen zunehmend digitale Konkurrenz bekommen: Google, Netflix, Amazon und so weiter bieten verstärkt Werbemöglichkeiten, die Kunden direkter, manchmal viel versteckter erreichen als die bisherigen Werbebotschaften. Außerdem sei die „Out of home“-Werbung – die Werbeflächen mit sich bewegenden Bildern an Straßen und in Fußgängerzonen – ein wichtiges Zukunftsthema.

Im zweiten Teil des Vortrags demonstrierte Michael Beh-



## Große Werber haben Tipps für kleine Unternehmen

rens, welche Werbeformen derzeit für ihn am vielversprechendsten sind: Native Advertising und Content-Marketing. Dabei geht es darum, auf relevante Inhalte (Kundennutzen) anstatt auf platte Werbebotschaften zu setzen – oftmals bei null Mediakosten, was auch besonders für kleine Unternehmen interessant ist.

Am Ende des Abends, bei dem es viele nützliche Tipps für die eigene Werbung gab, wurde deutlich: Der Veränderungsprozess endet jedoch nicht mit der Digitalisierung klassischer Modelle, sondern wird eine stetige Herausforderung für das Marketing bleiben. ①