

Marketing 2026 in Europa

Branding ist die Nummer 1-Priorität für 2026

Back to the roots

Das priorisieren CMOs wirklich in 2026 –
Kernaussagen aus der aktuellen
Marketing-Studie von McKinsey
mit 500 CMOs aller Branchen.

[Studie herunterladen](#)

Herausforderungen

Kosten vs. Effizienz

Steigende Media-Kosten, sinkende Effizienz im Performance Marketing

Fragmentierung

Fragmentierung der Customer Journeys führt zu Verfälschungen

Vertrauensverlust

Vertrauen der Kunden in Werbung und Datenpraktiken ist rückläufig

KI-Reality-Check

KI-Hype trifft auf begrenzte Kompetenzen in der Praxis

Marketing-Fokus für 2026

Branding first

Markenaufbau ist das wichtigste Marketing-Thema in Europa

Automation second

Priorisierung von Performance Marketing, Marketing-Automatisierung und künstliche Intelligenz ist rückläufig

Trending Topic

Rückbesinnung auf langfristige Wirkung statt kurzfristiger Effizienz

Themen der CMOs in Europa für 2026

1. Branding / Markenaufbau
2. Marketing-Budget und Ressourcensteuerung
3. Marketing-ROI und Wirkungsmessung
4. Datenschutz und Vertrauen
5. Authentizität der Marke
6. Employer Branding
7. Customer Experience
8. Omnichannel-Konsistenz

Warum Performance und KI nicht mehr allein tragen

Skalierung

Performance Marketing skaliert ohne eine klare Marke immer schlechter, weil Reichweite zwar steigt, die Wirkung im Markt aber austauschbar bleibt

Lock-In-Effekt

Mit wachsendem Performance-Fokus steigt die Abhängigkeit von Plattformen. Deren Regeln, Preise und Algorithmen können Unternehmen kaum kontrollieren

Ungenutztes Potenzial

KI wird zwar operativ genutzt, ihr strategisches Potenzial bleibt aber strategisch noch unterschätzt

Differenzierung

... entsteht nicht durch Tools, sondern durch Marke und Klarheit

Was das für Ihre Marketingstrategie bedeutet

First thing

Marke als strategisches Wachstumsfundament aufbauen

Second thing

Performance Marketing in eine Markenstrategie einbetten

Third thing

Vertrauen und Datenschutz als Teil der Positionierung verstehen

Echten Mehrwert erzeugen

KI pragmatisch einsetzen – dort, wo sie echten Mehrwert bringt

Skillset im Fokus

Organisation und Skills an neue Anforderungen anpassen

Wo es in der Praxis hakt

Unklare Markenpositionierung

Niemand weiß – intern wie extern – wofür die Marke steht

Fragmentierte Maßnahmen

Teams arbeiten nebeneinander statt auf ein Ziel ausgerichtet

Fehlende Marketing-Zielbilder

Viel Aktivität, wenig Richtung

Starke Tool-Fokussierung

Tools vor Strategie

Mangelnde strategische Steuerung

Marketing ohne klare Führung

Was erfolgreiche Unternehmen anders machen

Klare Markenstrategie

Alle Maßnahmen zählen auf die Marke ein

Integrierte Steuerung

Ein System statt Silos

Saubere Zieldefinition

Klare Ziele, klare Wirkung

Technologie als Enabler

Tools unterstützen die Strategie – nicht umgekehrt

Klare Prioritäten statt Aktionismus

Weniger Aktion, mehr Fokus

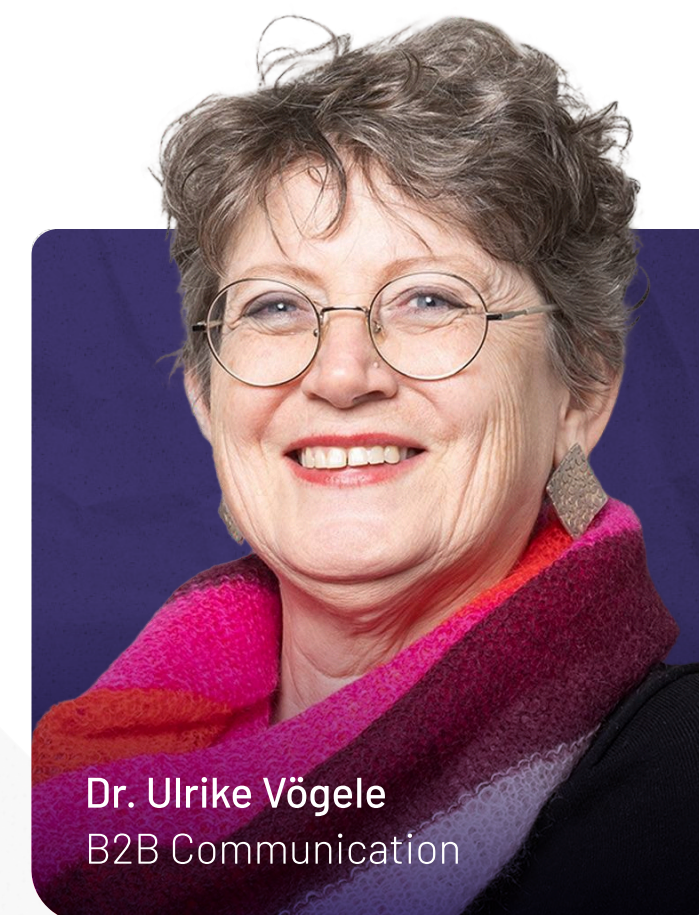
Konklusion

concedra begleitet Sie bei der strategischen Ausrichtung, der wirksamen Umsetzung und der nachhaltigen Verankerung all dieser Erfolgsfaktoren.

Wir unterstützen Sie dabei, Marke, Performance, Technologie und Organisation zu einem wirksamen Gesamtsystem zu verbinden und in messbaren Markenerfolg zu übersetzen.

concedra – Ihr Partner für strategischen Markenaufbau, integrierte Performance und wirksame Marketing-Transformation.

Strategie trifft Kreativität.
Kontaktieren Sie uns.



Dr. Ulrike Vögele
B2B Communication

ulrike.voegele@concedra.ch

+41 (0) 61 511 90 15



Frank Putzmann
Marketing- & Sales-Strategie

frank.putzmann@concedra.de

+49 (0) 234 51 63 715