

Pressemitteilung

CMO 2025: Umfrage von Spencer Stuart zur Zukunft von Marketing-Verantwortlichen

„Growth Officers“ von morgen: Marketing-Führungskräfte brauchen künftig noch mehr Technologieaffinität und Wachstumsorientierung

Frankfurt am Main/München/Düsseldorf, 23. Februar 2021 – Unzählige Berufsbilder und Positionen wandeln sich aufgrund gesellschaftlicher Umwälzungen und technologischen Fortschritts. Insbesondere Chief Marketing Officers (CMOs) müssen ihr Strategie-Portfolio nicht nur kontinuierlich um neue Kanäle erweitern, sondern auch ihre Führungskompetenzen stetig weiterbilden. Dies sind wesentliche Erkenntnisse aus der Interviewreihe „CMO 2025“, bei der die Top-Executive-Search- und Leadership-Beratung Spencer Stuart jüngst zahlreiche Marketing-Führungskräfte namhafter Unternehmen weltweit befragt hat, wie sich die Rolle in den kommenden fünf Jahren weiterentwickeln wird.

Demnach müssen CMOs Konzeption und Umsetzung ihrer Marketing-Strategien künftig noch stärker an den langfristigen Wachstumszielen ihres Unternehmens orientieren. Auf C-Suite-Niveau müssen sie in der Lage sein, klar zu kommunizieren, wie der Aufbau einer starken Marken- und Unternehmensidentität diese Ziele unterstützt und Mehrwert für interne und externe Stakeholder schafft. Um diese Ziele zu erreichen, werden erfolgreiche Marketing-Leaderinnen und -leader verstärkt auf technologische Möglichkeiten im Bereich der Künstlichen Intelligenz und Datenanalyse zurückgreifen müssen.

„Erstklassige CMOs denken sehr vernetzt und arbeiten eng mit dem Vertrieb zusammen, um eine einheitliche, erfolgreiche Marketing-Strategie zu entwickeln. Dafür ist es unverzichtbar, auch die verschiedenen Interessen und Dynamiken innerhalb des Unternehmens verstehen und abzuwägen zu können“, erklärt Dr. Simone Siebeke, Beraterin bei Spencer Stuart. „Kommunikationskompetenz und diplomatisches Geschick sind essentiell.“

Der seit einigen Jahren zunehmende Trend zum Influencer-Marketing wird sich weiter verstärken. Die CMOs von morgen müssen Markttrends und Bedürfnisse der Verbraucher nicht nur frühzeitig erkennen, sondern diese als Trendsetterinnen und Trendsetter selbst wecken. Marketing-Leaderinnen und -leader müssen als leidenschaftliche Storyteller die Geschichte ihres Unternehmens noch raffinierter und kreativer im Markt platzieren und sich über Social Media kontinuierlich eng mit den Zielgruppen austauschen. CMOs von Weltformat haben ein Gespür für die Bedürfnisse aller Zielgruppen – unabhängig von Alter und Geschlecht. Intern müssen sie dieses Wissen weitergeben und ihr Team auf die gemeinsam geschaffene Vision einschwören können.

„Marketing-Führungskräfte entwickeln sich immer mehr zu ‚Growth Officers‘: Sie handeln zukunftsorientiert und analysieren kontinuierlich den Markt. Indem sie Trends frühzeitig spüren, identifizieren sie für ihr Unternehmen neue Vertriebs- und Absatzmöglichkeiten. Dabei müsse sie flexibel bleiben, Innovationsvorhaben vorantreiben und kontinuierlich dazulernen können. Nur so können sie mit ihrem Team eine langfristig erfolgreiche, authentische Markenidentität aufbauen“, meint Spencer-Stuart-Berater Dr. Frank Birkel.

Ein kollaborativer und inklusiver Führungsstil, der abteilungs- und funktionsübergreifend die Interessen der Stakeholder im Unternehmen berücksichtigt, ist für CMOs dabei von großem Wert. Besonders erfolgreich ist dabei, wer Diversität vorantreibt und auf ein vielfältiges Team setzt.

„Wenn Marketing-Leaderinnen oder -leader in ihrem Team Menschen mit verschiedenen Hintergründen zusammenbringen, können sie kreativer und innovativer agieren und dadurch neue Impulse und Ansätze für die erfolgreiche Gestaltung ihrer Kampagnen finden. Profi-CMOs engagieren sich deshalb künftig noch stärker dafür, Teams entsprechend zu gestalten und eine Kultur zu schaffen, die Diversity und Inklusion fördert“, so Dr. Yorck Nelius, ebenfalls Berater bei Spencer Stuart.

Eine Zusammenfassung der kompletten Umfrage sowie das englischsprachige Originalpapier finden Sie hier: <https://www.spencerstuart.de/research-and-insight/cmo-2025>

Über Spencer Stuart

Spencer Stuart ist seit der Gründung 1956 prägender Vordenker der Top-Executive-Search-Beratung. Als einer der weltweit und in Deutschland größten Anbieter berät die im Besitz der Berater stehende Partnerschaft führende Unternehmen und Organisationen dabei, Schlüsselpositionen mit geeigneten Persönlichkeiten zu besetzen. Spencer Stuart unterstützt Klienten zudem mit Dienstleistungen im Bereich Leadership Advisory bei der Potenzial- und Talententwicklung, bei Kulturfragen sowie beim Aufbau und der Weiterentwicklung von Aufsichtsgremien. Besondere Expertise hat Spencer Stuart bei der Begleitung unternehmenskritischer Entscheidungen auf höchster Ebene, in Nachfolge- und Übernahmesituationen sowie bei strategischen Prozessen und Veränderungsphasen. Das Unternehmen ist weltweit mit mehr als 60 Büros in über 30 Ländern vertreten und deckt mehr als 50 Practices ab.

Pressekontakt:

IWK Communication Partner
Florian Bergmann
Ohmstraße 1
D-80802 München
Tel.: +49 (0) 89 2000 30-30
E-Mail: spencerstuart@iwk-cp.com