

Kooperationspartner



HORIZONT

Deutsche Bank 



DEUTSCHER
FUSSBALL-BUND



Die Hochschule.
Für Berufstätige.

fischerAppelt



 LUFTHANSA GROUP

NSVWK



Nestlé

POSSMANN



Eintracht
FRANKFURT

h_da
hochschule
darmstadt

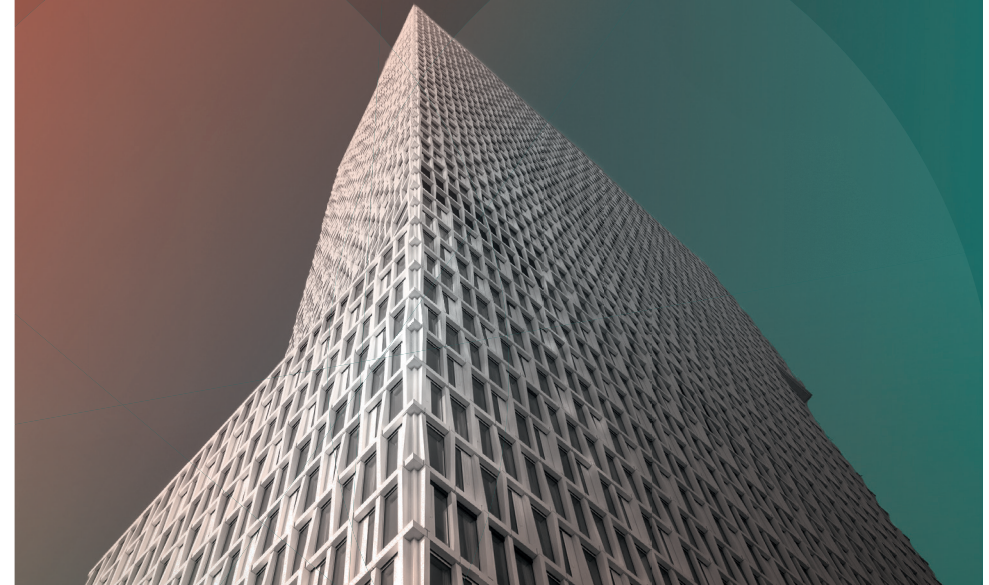
member of
EUT+
EUROPEAN UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY

52. Jahrestagung der AfM

11.-13. Juni 2026, Frankfurt am Main

Zwischen Skyline und Fußballplatz

– Marketingimpulse aus „Mainhattan“



AfM Arbeitsgemeinschaft für Marketing

h_da
darmstadt university
of applied sciences

member of
EUT+
EUROPEAN UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY



Die Hochschule.
Für Berufstätige.

Zwischen Skyline und Fußballplatz – Marketingimpulse aus „Mainhattan“

Herzlich willkommen!

AfM-Jahrestagung



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir freuen uns sehr, Euch unter dem Motto „Zwischen Skyline und Fußballplatz – Marketingimpulse aus Mainhattan“ zur 52. Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft für Marketing (AfM) vom 11. bis 13. Juni 2026 in Frankfurt am Main zu begrüßen.

Die **Arbeitsgemeinschaft für Marketing (AfM)** ist der Zusammenschluss der Marketing-Professorinnen und Professoren an Hochschulen im deutsch-sprachigen Raum. Seit dem Jahr 1973 veranstaltet die Arbeitsgemeinschaft jährlich (mit Ausnahme des Jahres 2020) eine Tagung an wechselnden Hochschulstandorten und mit verschiedenen Gastgebern. Mit Praxisvorträgen sowie Unternehmensbesichtigungen suchen die Professorinnen oder Professoren des Fachgebietes Marketing hier den Kontakt zur Praxis.

In diesem Jahr findet die Tagung in **Frankfurt am Main** statt. Die Metropolregion Frankfurt/Rhein-Main zählt weltweit zu den Regionen mit einer besonders hohen Wirtschaftskraft und Lebensqualität. Sie ist internationaler Finanzplatz, Verkehrs- und Logistikdrehscheibe, Internetknoten und Wissensregion. Zudem punktet die Region mit einem guten Freizeit-, Kultur- und Naherholungsangebot. Der Mix aus wirtschaftlicher Stärke, bekannten Unternehmen und Institutionen sowie einer hohen Lebensqualität ist die Heimat von rund 5,9 Millionen Menschen.

Mit unserem Tagungsprogramm möchten wir Euch die **verschiedenen Facetten Frankfurts** näherbringen: Frankfurt ist nicht nur als Finanzmetropole bekannt, sondern beheimatet als Sportstadt neben einem Fußball-Bundesligisten auch zahlreiche Sportverbände. Zudem sind die Deutschland-Zentrale großer Konsumgüter- bzw. Lebensmittelhersteller hier zu finden. Mit seinem Bahnhof und dem Flughafen ist die Mainmetropole mobiles Drehkreuz in Deutschland.

Wir möchten uns an dieser Stelle sehr herzlich bei allen bedanken, die zur diesjährigen Jahrestagung einen Beitrag leisten. Zunächst geht unser besonderer Dank vor allem an die **Referentinnen und Referenten**, die uns mit ihren Vorträgen einen inspirierenden Einblick in die Marketing-Praxis ihrer Unternehmen bzw. Organisationen geben. Zudem danken wir den verschiedenen **Kooperationspartnern** sowie der Hochschule Darmstadt und der FOM Hochschule für die Unterstützung im Vorfeld und während der Konferenz. Ganz herzlichen Dank dafür!

Wir freuen uns auf das Wiedersehen mit bekannten aber auch neuen Gesichtern, auf interessante Gespräche sowie den Austausch untereinander. Wir hoffen sehr, dass Ihr Euch alle hier in Frankfurt am Main wohl fühlt, und wünschen Euch und uns spannende Tage während der AfM-Jahrestagung 2026!

Frankfurt am Main, im Juni 2026

Matthias Neu

Hochschule
Darmstadt

Marcus Stumpf

FOM
Hochschule

Ansprechpartner



Prof. Dr. Matthias Neu

Hochschule Darmstadt
matthias.neu@h-da.de
mobil: 0171 8318827



Prof. Dr. Marcus Stumpf

FOM Hochschule
marcus.stumpf@fom.de
mobil: 0151 25335003

Programm

Do., 11. Juni 2026

09:00 Uhr

FOM Hochschule (Franklinstraße 52)
> Tagung der **Arbeitskreise** (B2B, KI)

12:00 Uhr

**Deutscher Fachverlag (dfv),
Vorstandslounge**
(Haltestelle Mainzer Landstraße 251,
12. OG)
> **Check In** und Get together bei Imbiss
und Getränken

12:45 Uhr

> **Eröffnung** der AfM-Jahrestagung
2026 durch die Sprecherin und den
Sprecher der AfM
> **Begrüßung** durch Vertreter/innen der
Hochschule Darmstadt und der FOM
Hochschule
> **Informationen zum Ablauf** und dem
Programm durch Prof. Dr. Matthias
Neu und Prof. Dr. Marcus Stumpf

13:15 Uhr – 15:30 Uhr

„Mobilität“
> Catrin Bialek, Chefredakteurin
HORIZONT (Moderation)
> Dr. Martell Beck, Head of Marketing &
PR (CMO), **Deutsche Bahn AG:**
„Neuausrichtung Marke Deutsche
Bahn (DB)“

> Laura Rathai, Vice President Marke-
ting (CMO), **Hyundai Motor Europe**
(angefragt)
> Olivier Krüger, Chief Marketing Offi-
cer, **Lufthansa Group:** „The Hidden
Superpower: How Group Brands Win
in a World of Sameness“

15:30 Uhr

> Fußweg (ca. 15 Minuten oder eine
Station mit der Straßenbahn)

16:00 Uhr

**NSYNK – Creative Studio for Mixed
Realities**
(Mainzer Landstraße 351, 17. OG)
> Eno Henze, Creative Director & Foun-
der, **NSYNK**
> Melanie Rönnefeld, Business Develop-
ment & Corporate Strategy, **NSYNK:**
„Mixed Reality & KI: Wie Unternehmen
& Marken in Zukunft kommunizieren“
> Hyperslides Live Demo mit Apple
Vision
> Ausprobieren der Avatar Station

18:30 Uhr

Straßenbahnstation „Schwalbacher
Straße“
> Fahrt mit dem **Ebbelwoi-Express**
durch die Stadt nach Sachsenhausen

19:00 Uhr

Apfelweinwirtschaft Wagner

(Schweizer Straße 71, Haltestelle „Schwanthaler Straße“)

- > Morrison Coorssen-Scheel, Leiter Marketing, Kelterei **Possmann**: „Zwischen Tradition und Innovation – die Kelterei Possmann in fünfter Generation“
- > gemeinsames **Abendessen** und Ausklang

Fr., 12. Juni 2026

08:30 Uhr

Hauptbahnhof

- > Abfahrt mit der Straßenbahn 21 Richtung „Stadion“

09:00 Uhr

DFB-Campus (Kennedyallee 274, Haltestelle „DFB Campus“)

„Sport“

- > Henning Wegter, Director Partnerships & Sales, **Deutscher Fußball-Bund (DFB)**: „Beyond Sponsoring: Innovative Vermarktung im DFB-Ökosystem“
- > Pauline Frese, Leiterin Plattform & Digitales Ökosystem, **EintrachtTech (Eintracht Frankfurt Fußball AG)**: „Digitale Transformation bei Eintracht Frankfurt“
- > Michael Schillinger, Managing Director Sports & Gaming, **fischerAppelt**: „Zehn Thesen zur Zukunft des Sportmarketings“

11:00 Uhr

- > **Führung über den DFB-Campus**

12:00 Uhr

- > gemeinsames **Mittagessen**
- > Fahrt mit Straßenbahn 21 zum Baseler Platz

14:00 Uhr

Zentrale Nestlé Deutschland (Baseler Str. 46, Haltestelle „Baseler Platz“)

„Konsumgüter“

- > Maïke Abel, Digital and Corporate Marketing Director, **Nestlé Deutschland AG**
- > David Klöckner-Molitor, Vorsitzender der Geschäftsführung, **Nestlé Nutrition GmbH**: „Infant Formular – Markenführung im Spannungsfeld zwischen dem Streben nach einer bestmöglichen Ernährung des Babys, strenger Regulierung und der Suche nach Orientierung“

15:00 Uhr

- > **Kaffeepause** und Austausch
- > Fußweg durch das Bahnhofsviertel (ca. 30 min)

16:00 Uhr

Deutsche Bank Zentrale

(Taunusanlage 12)

„Bank“

- > Christian Rummel, Head of Global Brand Activation & Protection, **Deutsche Bank AG**: „Wie Unternehmensstrategie, Purpose und Vision der Deutschen Bank die Weiterentwicklung der Marke prägen“

17:00 Uhr

- > **Kunstführung** durch die **Sammlung Deutsche Bank**
- > anschließend: **Get Together** und **Ausklang**

Sa., 12. Juni 2026

10:00 Uhr

FOM Hochschule (Franklinstraße 52)

- > „interne“ AfM-Tagung

Referentinnen und Referenten



Maïke Abel

Digital and Corporate Marketing Director, Nestlé Deutschland AG

Maïke Abel verantwortet das Marketing von Nestlé in Deutschland und steuert maßgeblich die digitale Transformation des Unternehmens. Seit dem Jahr 2025 ist sie zudem Vorstandsvorsitzende der Organisation Werbungstreibende im Markenverband (OWM) und Impulsgeberin für die Zukunft der modernen Markenkommunikation.

Referentinnen und Referenten



Martell Beck
Head of Marketing & PR
(CMO), Deutsche Bahn
AG

Martell Beck ist seit Juni 2024 CMO der Deutschen Bahn AG. Von 2012 bis 2020 war er bei den Berliner Verkehrsbetrieben (BVG) Bereichsleiter für Marketing, Vertrieb und Digitalisierung. Dort entwickelte er die Kampagne „Weil wir dich lieben“ und leitete damit eine grundsätzliche Neuausrichtung der Kommunikation der BVG mit digitalem Schwerpunkt ein. Seit dem Jahr 2020 leitete er im Geschäftsfeld DB Cargo die Ressorts Marketing, Unternehmensstrategie und Transportpolitik. Mit Kampagnen wie „Güter gehören auf die Schiene“ und „Andere sind gut. Wir sind güter.“ positionierte Beck den klimafreundlichen Güterverkehr insbesondere auf Social Media prominent. Für seine Arbeit wurde er im Jahr 2021 durch das Fachmagazin HORIZONT als „Mann des Jahres Marketing“ und im Jahr 2018 vom Art Directors Club (ADC) als „Kunde des Jahres“ ausgezeichnet.



**Morrison
Coorssen-Scheel**
Leiter Marketing,
Kelterei Possmann

Morrison Coorssen-Scheel verantwortet Marke, Design und Strategie der Kelterei Possmann, einem Frankfurter Traditionsunternehmen in fünfter Generation. Er treibt neue Impulse rund um den Apfelwein voran – von Produkten wie dem Apfelwein Rosé bis zu aufmerksamkeitsstarken Kooperationen mit Eintracht Frankfurt. Zudem steht er für moderne Markenführung mit regionaler Verwurzelung, klarer Haltung und emotionalem Storytelling.



Pauline Frese
Leiterin Plattform &
Digitales Ökosystem,
EintrachtTech (Eintracht
Frankfurt Fußball AG)

Pauline Frese verantwortet innerhalb des Geschäftsbereichs „Plattform & Digitales Ökosystem“ alle B2C-relevanten Projekte bei EintrachtTech, der Digitaltochter der Eintracht Frankfurt Fußball AG. Seit dem Jahr 2016 ist sie beim Klub und beschäftigt sich mit dessen digitaler Transformation, der perfekten Fan-Experience sowie technologischer Innovation unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Sportbranche.



Eno Henze
Creative Director &
Founder, NSYNK

Eno Henze studierte Medienkunst an der HfG Karlsruhe sowie Interdisziplinäre Kunst an der Städelschule Frankfurt. Seit Beginn seiner Laufbahn beschäftigt er sich mit der Frage, wie Technologie kreative und kulturelle Prozesse erweitert – und wie digitale Systeme als Co-Autoren wirken können. Im Jahr 2013 gründete er NSYNK, ein Studio für immersive Erfahrungen und Mixed-Reality-Anwendungen, das technologische Innovation mit erzählerischer und gestalterischer Exzellenz verbindet. NSYNK entwickelt Marken- und Kommunikationsräume in realen wie virtuellen Kontexten – von immersiven Installationen bis zu komplexen XR-Systemen.



Olivier Krüger

Chief Marketing Officer,
Lufthansa Group

In seiner Funktion als erster CMO der Lufthansa Group verantwortet Olivier Krüger die globale Marketingstrategie einschließlich der strategischen Steuerung des Markenportfolios sowie die Weiterentwicklung der Lufthansa Group Marke. Mit über zwei Jahrzehnten internationaler Erfahrung in den Bereichen Marketing, Strategie, Innovation und Führung innerhalb der Luftfahrtindustrie bringt er wertvolle Einblicke in die Herausforderungen und Chancen globaler Markenführung mit. Zuvor war er unter anderem als CEO von Lufthansa Systems tätig und prägte dort die technologische und digitale Transformation des Konzerns maßgeblich.



Melanie Rönnefeld

Business Development
& Corporate Strategy,
NSYNK

Melanie Rönnefeld ist vom Ursprung Kommunikationsdesignerin und verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung in Kreation, Strategie, Management und Geschäftsführung in der Kommunikationsbranche. Ihre Laufbahn führte sie von internationalen Agenturen wie Grey und TBWA über führende Rollen bei VOK DAMS, Uniplan und MetaDesign bis in mehrere Geschäftsführungspositionen. Sie begleitete Transformationsprozesse, baute neue Geschäftsfelder auf und arbeitete für internationale Marken wie Procter & Gamble, Henkel, BMW, VW, Deutsche Bahn oder BASF. Heute bringt sie bei NSYNK ihre Expertise an der Schnittstelle von Creative Strategy, Business Development & Communications ein – mit dem Fokus auf zukunftsorientierte, technologiegetriebene Markenkommunikation.



David Klöckner-Molitor

Geschäftsführer, Nestlé
Nutrition GmbH

David Klöckner-Molitor verantwortet innerhalb der Nestlé Deutschland AG den Bereich Babynahrung. Als Vater von zwei Söhnen gilt seine Leidenschaft Babys und ihrer gesunden Ernährung.



Christian Rummel

Head of Global Brand
Activation & Protection,
Deutsche Bank AG

Christian Rummel trat im Jahr 2011 in die Deutsche Bank AG ein, führt die Marke in Deutschland und ist weltweit für die Aktivierung und den Schutz der Marke verantwortlich. Davor war er in internationalen Werbeagenturen wie Saatchi&Saatchi, Publicis und Young & Rubicam tätig u.a. für Marken wie Coca-Cola, Hewlett Packard, Ford, Renault, Procter & Gamble (Oral B, Wick), Avis, Orange Telecommunications. Als Markenexperte engagiert er sich in der Jury des German Brand Award und hat zahlreiche Auszeichnungen bei internationalen Marken- und Kreativwettbewerben erhalten.



**Michael
Schillinger**

Managing Director Sport
& Gaming, fischerAppelt

Michael Schillinger ist Sportmarketing-Experte und diplomierter Sportwissenschaftler. Er arbeitet seit 25 Jahren im Sportbusiness und ist Gründer und Geschäftsführer der Sportmarketingagentur Apollo18 sowie der Gaming- und Esports-Agentur Apollo GG, die er beide im Jahr 2024 in die fischerAppelt AG eingebracht hat. Zusätzlich ist er Managing Director Sport & Gaming auf Gruppenebene bei der fischerAppelt AG. Er beschäftigt sich mit den ökonomischen, kulturellen und strukturellen Veränderungen im modernen Sport – von neuen Ligen und Investments bis zur Rolle von Marken und Fans. Sein Fokus liegt auf der Frage, wie Sport wirtschaftlich wächst, ohne seine kulturelle Substanz zu verlieren.



Henning Wegter

Director Partnerships &
Sales, Deutscher
Fußball-Bund (DFB)

Henning Wegter ist Director Partnerships & Sales des Deutschen Fußball-Bundes (DFB). In dieser Funktion verantwortet er mit seinem Team die Vermarktung von kommerziellen Partnerschaften des Verbandes. Vor seiner Zeit beim DFB war er als Geschäftsführer der United Volleys Frankfurt tätig. Parallel zu meiner Zeit als Profivolleyballer studierte Wegter Wirtschaftswissenschaften und Sports Management.

Veranstaltungsorte

dfv Mediengruppe

Deutscher Fachverlag (dfv)

Menschen in ihrem Business erfolgreicher zu machen, das ist das Ziel der dfv Mediengruppe. Mit über 100 Fachpublikationen begleitet sie 17 Branchen mit relevanten und zuverlässige Fachinformationen für Entscheiderinnen und Entscheider. Ob Print, digital oder Events – die dfv Mediengruppe ist mit ihren Angeboten genau dort, wo ihre Kunden sie brauchen.

Vor über 75 Jahren gegründet, gehört das Unternehmen mit Sitz in Frankfurt am Main heute zu den größten konzernunabhängigen B2B-Wirtschaftsmedienhäusern in Europa. Die dfv Mediengruppe steht für höchste Qualität und Unabhängigkeit und vernetzt mit ihren Angeboten ganze Wirtschaftszweige. So bereitet sie den Weg für beruflichen Erfolg – weil Wissen weiterbringt.

Über 900 Mitarbeitende sind bei der dfv Mediengruppe be-

schäftigt, rund 340 davon im redaktionellen Bereich. Zusammen bilden sie eine der größten Wirtschaftsredaktionen im deutschsprachigen Raum. Über Tochter- und Beteiligungsunternehmen ist die dfv Mediengruppe an zwölf weiteren Standorten im In- und Ausland vertreten. Neben dem redaktionellen Portfolio bietet sie

wichtige Dienstleistungen im B2B-Bereich an. Dazu zählen Employer-Branding-Kampagnen, Web-TV-Formate aus dem eigenen Streaming-Studio, Corporate Media, Marktforschung sowie Services für Rechtsabteilungen und Unternehmensjuristen. In vielen Branchen ist die dfv Mediengruppe mit ihren Titeln publizistischer Marktführer.



NSYNK

Creative Studio for Mixed Realities

NSYNK ist ein Kreativstudio für Mixed Realities. Es entwickelt immersive Erlebnisse an der Schnittstelle von Technologie, Design und Storytelling – für Marken wie Porsche, BMW, VW, NXP oder Merck.

- › *Wie gewinnen Marken in Zeiten von Reizüberflutung Aufmerksamkeit?*
- › *Wie entstehen Nähe, Relevanz und Dialog in einer digitalisierten Welt?*

NSYNK lädt ein, eine neue Form der Markeninszenierung live zu erleben.

NSYNK, Kreativstudio für Mixed Realities zeigt, wie Künstliche Intelligenz & immersive Technologien Kommunikation verändern und geben Einblicke in zwei Schlüsseltechnologien, die Unternehmenskommunikation & Marketing bereits heute neu denken.

1_Spatial Storytelling

„Hyperslides“ – Präsentationen, die den Bildschirm verlassen. Geschichten brauchen Bühnen. Mit der Apple Vision Pro lassen sich Produkte und Themen faszinierend inszenieren. So, dass sie im Kopf bleiben. Das ist Spatial Storytelling. Anhand von Hyperslides zeigt NSYNK live, wie Marken, Produkte und Strategien nicht mehr erklärt, sondern räumlich erlebbar werden – für Sales, Leadership, Events oder Training.

2_AI Avatare

Digitale Dialoge, die überzeugen und berühren. Ein digitales Gesicht für jedes Thema. Conversational Avatare können heute schon Wissen vermitteln, Kunden beraten oder durch Museen führen. In Echtzeit. Sympathisch, menschlich und mit unglaublicher Wissenstiefe. NSYNK demonstriert anhand von konkreten Beispielen aus Medizin, Kultur und Industrie, wie Avatare eingesetzt werden & wie diese künstlichen Personen reagieren, antworten und interagieren.





Ebbelwei-Express

Es gibt viele Möglichkeiten, Frankfurt zu erkunden und zu entdecken – die Fahrt im

Ebbelwei-Express der Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main (VGF) ist sicher eine der urigsten. Die Bahn bietet neben einer erstklassigen

Aussicht auf die Frankfurter Sehenswürdigkeiten auch noch Frankfurter Spezialitäten in geselliger Runde.

Natürlich solltet Ihr nicht versäumen, vorher an einem Kurs „Hessisch für Anfänger“ teilzunehmen (<https://www.ebbelwei-express.de/de/informationen/hessischtrainer>), damit die Kommunikation in der Trambahn oder später beim Besuch im Apfelwein Wagner reibungslos klappt. Und während der Fahrt bleibt genügend Zeit, bei Musik und Brezeln den original Frankfurter Apfelwein oder Apfel-saft von Possmann ausgiebig zu genießen.



Apfelwein Wagner Frankfurt

Echte Frankfurter Gemütlichkeit seit 1931: Apfelwein Wagner serviert hausgemachten Apfelwein und regionale Spezialitäten im Herzen von Sachsenhausen.



DFB Campus

Der DFB-Campus in Frankfurt am Main ist die Zentrale des Deutschen Fußball-Bundes. Seit Juni 2022 ist der Campus an der Kennedyallee die Heimat des DFB. Erstmals in seiner mehr als 100-jährigen Verbandsgeschichte betreibt der DFB eine eigene Sportinfrastruktur. Administration, Sport und Wissenschaft befinden sich unter einem Dach. Dadurch wird der DFB-Campus zu einem Ort der Begegnung sowie des Austausches für die Basis und den Spitzensport.

Zu dem Komplex gehören eine große Fußballhalle, ein Athletenhaus mit 33 Zimmern, eine Futsal- beziehungsweise Mehrzweckhalle sowie dreieinhalb Naturrasenplätze und weitere Trainingsflächen. Im Bedarfsfall stehen dem DFB zusätzlich fünf Hektar als Erweiterungsoption zur Verfügung.

Prägendes Element des Gebäudes ist der innere Boulevard, der als großzügiger Kommunikationsraum über alle Etagen die Gebäudeteile miteinander verbindet. Hier treffen Mitarbeitende aller Abteilungen, Fußballer/innen, Trainer/innen und Expert/innen aufeinander und können sich austauschen. Früher war das Fußball-Wissen in Deutschland verteilt in einzelne Silos, heute ist das Wissen gebündelt am DFB-Campus, wo Synergieeffekte in modernen Arbeitswelten entstehen, von denen Spitze und Basis gleichermaßen profitieren.



Nestlé Deutschland Zentrale

Nestlé ist der weltgrößte Nahrungsmittelhersteller und das größte Industrieunternehmen der Schweiz. Nestlé wurde vor über 150 Jahren

gegründet und ist heute das größte und diversifizierteste Nahrungsmittel- und Getränkeunternehmen der Welt. Die Produkte des Unternehmens mit so bekannten Marken wie Maggi, Thomy, NESCAFÉ, Nespresso, San Pellegrino, Wagner, KitKat und Smarties

werden in 188 Ländern verkauft. Die Hauptverwaltung befindet sich in Vevey. Nestlé Deutschland hat ihre neue Zentrale im November 2024 am Baseler Platz in Frankfurt am Main bezogen. 1.500 Beschäftigte arbeiten hier in modernen Arbeitswelten.



Deutsche Bank Zentrale

Die Zentrale der Deutschen Bank AG befindet sich in Frankfurt am Main und ist der Hauptsitz des größten Kreditinstituts Deutschlands. Als

globales Universalbankinstitut, 1870 gegründet, fokussiert sich die Zentrale auf Investmentbanking, Corporate Banking und Private Wealth Management. Sie koordiniert die weltweit in 56 Ländern vertretene Gruppe. Die Zentrale

agiert als Drehkreuz für die strategische Ausrichtung, insbesondere für die „Global Hausbank“-Strategie, welche Finanzierung und Beratung für Großunternehmen und Privatkunden weltweit umfasst.



Kunst auf 60 Etagen – die Sammlung Deutsche Bank

Nicht nur in Sachen Nachhaltigkeit sind die Deutsche Bank-Türme „State of the art“. Sie beherbergen auch eine Auswahl von Kunstwerken, die der Neuausrichtung der Sammlung Deutsche Bank entsprechen. Schon das Kunstkonzept beim Bezug des Gebäudes Mitte der 1980er Jahre war legendär: Von Beuys bis zu den „Jungen Wilden“ – ein Rundgang wurde zur Reise durch die deutsche Kunstgeschichte nach 1945. Inzwischen ist die Kunstausrüstung so global ausgerichtet wie die Bank. Denn in den letzten Jahrzehnten hat sich nicht nur die Landkarte der Wirtschaft, sondern auch die der Kunst erweitert: In Asien, Südamerika und Afrika sind vitale Kunst-

szenen mit eigenen Ausdrucksformen entstanden. Wie bisher ist jede Etage der Türme je einem Künstler gewidmet. Insgesamt sind rund 270 internationale Positionen aus über 40 Ländern zu sehen. Gegliedert ist die Kunstausrüstung nach Regionen: Während in Turm A die junge Avantgarde aus Deutschland und Europa präsentiert wird, sind in Turm B Künstler aus Asien, Amerika, Nahost und Afrika zu erleben.

Die Sammlung Deutsche Bank in Frankfurt lädt ein zum Dialog mit Künstlern und ihren Werken – und gewährt zugleich Einblicke in ganz unterschiedliche Lebenswelten rund um den Globus.



Notizen



Notizen

Grid of dots for notes on page 23.

Grid of dots for notes on page 24.