

# Innovative Markenführung

Wachstum durch starke Marken!

Inkl. vieler Praxisbeispiele aus  
namhaften Unternehmen



- Voraussetzungen, Aufgaben und Ziele innovativer Markenführung
- Erfolgreiche Markenstrategien für bestehende und neue Marken
- Aufbau und Pflege von Marken durch die moderne Kommunikation
- Innengerichtete Markenführung - Wie Mitarbeiter zu Markenbotschaftern werden!
- Retail Branding - Entwicklung, Bedeutung und Positionierung von Handelsmarken
- Markenkontrolle - Das Erreichte sichern und ausbauen

29. bis 30. September 2008 in Mainz

# LEHRINHALTE

**1. Tag** Empfang, Kaffee und Tee,  
Ausgabe der Tagungsunterlagen ab 9.00 Uhr

**9.30 Uhr** Begrüßung durch das  
Forum für Führungskräfte

## **Grundlagen innovativer Markenführung - „setting the base for success“**

- Voraussetzungen, Aufgaben und Ziele der innovativen Markenführung
- Hauptansatzpunkte für den Aufbau einer Marke
- Innovationsfelder und Prozesse in der Markenführung
- Kommerzielle Innovationen

## **Markenstrategien - Wie führe ich meine Marke zu neuen Erfolgen?**

- Einzel-, Familien- und Dachmarken als grundlegende Handlungsoptionen
- Markenallianzen
- Markenstrategien für neue Marken
- Lizenzierung von Marken
- Vernetzung produktnaher Angebote mit Marken
- Markenbereinigung
- Gewinnmaximierung durch effiziente Preisstrategien

## **Markenführung und Kommunikation**

- Aufbau und Pflege von Marken durch klassische Kommunikation
- Markenführung im Zeitalter der Post-Massenmedien
- Brand-Communities: Grundidee, Konzept und praktische Umsetzung

**Referent:** Prof. Dr. Björn Sven Ivens, Professor  
am Departement für Marketing an der  
Universität Lausanne

**17.30 Uhr** Ende des ersten Seminartages

**2. Tag** 8.45 Uhr

## **Markenführung nach innen - Wie ziehen alle Mitarbeiter an einem Strang?**

- Innengerichtete Markenkommunikation
- Einheitliche Wahrnehmung durch das Markencockpit
- Wie Mitarbeiter zu Markenbotschaftern werden

## **Retail Branding - Das Handelsunternehmen als Marke**

- Strategische Ausrichtung von Handelsunternehmen
- Entwicklung, Bedeutung und Positionierung von Handelsmarken
- Handlungsoptionen 2010

## **Markenkontrolle - Das Erreichte sichern und ausbauen**

- Ansätze zur Messung des Markenwerts
- Messung und Gestaltung der Markenpositionierung
- Messung von Markenzufriedenheit und Markenloyalität
- Verhinderung von Markenerosion

**Praxis**

## **Praxisbeispiel - Innovation und Markenführung bei namhaften Unternehmen**

**Referent:** Dipl.-Kfm. Karsten Kilian,  
Markenexperte

**ca. 16.30 Uhr** Ende der Veranstaltung  
und Verabschiedung

**Gemeinsames Mittagessen jeweils von 12.30 Uhr bis 13.45 Uhr.  
Kommunikationspausen mit Kaffee, Tee und Gebäck nach Bedarf.**



## Seminarziel

Immer mehr Manager sehen Marken als zentrales Element des Unternehmenserfolgs an, denn Marken steuern in erheblichem Ausmaß das Käuferverhalten. Viele Konsumenten bzw. Nachfrager verfügen über äußerst lebendige und klare Markenbilder, bauen Beziehungen zu Marken auf und werden gar zu „Markenaposteln“, weil sie durch Marken anderen Menschen ihre eigenen Wertvorstellungen vermitteln können.

Daher wundert es nicht, dass in kaum einem Geschäftsbericht führender Unternehmen Angaben zum Wert einer Marke fehlen, Markenkennzahlen in die strategische Unternehmensplanung eingehen und als Grundlage zur Bemessung von Erfolgsbeiträgen für Manager dienen.

Angesichts dieser zentralen Rolle ist klar: **Marken benötigen Führung und Steuerung - und zwar so effizient und innovativ wie möglich.**

Aber was sind die wichtigsten Voraussetzungen für eine starke Marke, die von Ihnen erfolgreich geführt werden kann? Im Austausch mit Marketing-Experten analysieren Sie im Seminar mögliche Markenführungsstrategien und entwickeln Optionen für eine erfolgreiche Kommunikation.

Dabei verschließen die Referenten nicht die Augen vor Führungsproblemen, die sich aus der komplexen Organisation erfolgreicher Markenführung ergeben können, sondern zeigen pragmatische Lösungsvorschläge auf. Anschließend wird auf Möglichkeiten eingegangen, wie Sie einen gewonnenen Markenwert sichern und ausbauen können.

**Sie erfahren, wie innovative Markenführung in der Praxis funktioniert.**

## Ihre Referenten

**Prof. Dr. Björn Sven Ivens** (1.Tag)

promovierte nach seinem Studium der BWL und Politikwissenschaften in Nürnberg und Straßburg zum Thema Beziehungsmarketing. Dr. Ivens war Lehrbeauftragter am Lehrstuhl BWL an der Universität Erlangen. Zur Zeit ist er Professor am Department für Marketing an der Universität Lausanne. Aktuell liegt sein Forschungsschwerpunkt in den Bereichen Marketingorganisation und Marketingperformance. Er ist Gastdozent an verschiedenen französischen Hochschulen, beteiligt sich an mehreren internationalen Forschungsoperationen und wurde für seine Forschung und Lehre mehrfach mit Preisen ausgezeichnet. So erhielt er 2005 den Wilhelm-Rieger-Preis der WISO-Fakultät, FAU Erlangen-Nürnberg.

**Dipl.-Kfm. Karsten Kilian** (2.Tag)

studierte BWL und Englisch an der Universität Mannheim und der University of Florida. Anschließend arbeitete er mehrere Jahre als Consultant bei Simon-Kucher & Partners in den Bereichen Pricing und Markenführung für namhafte Automobil- und Telekommunikationsunternehmen. Seit 2003 forscht er als externer wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität St. Gallen und lehrt als Dozent an mehreren Hochschulen im In- und Ausland, u.a. in Graz und Würzburg. Mit Markenlexikon.com hat Herr Kilian das größte Markenportal im deutschsprachigen Raum aufgebaut.

## Zielgruppen

- Geschäftsführung/Vorstände
- Marketingleitung
- Brandmanagement
- Leitung Produktmanagement
- Produktmanagement/Junior Produktmanagement
- Assistenten/Assistentinnen der Geschäftsführung
- Assistenten/Assistentinnen der Leitung und Mitarbeiter/-innen des Marken-Controllings

## Veranstaltungsort

**Favorite Parkhotel Mainz**  
Karl-Weiser-Straße 1  
55131 Mainz  
Telefon: 0 61 31 - 80 150

# Anmeldeformular

Bitte kopieren, ausfüllen und faxen!

**Fax-Nr.: 06 11/2 36 00 60**

Ja, ich melde mich an:

Intensiv-Seminar: **Innovative Markenführung**

- vom 29. bis 30. September 2008 in Mainz  
Seminar-Code: 08MV-MF.2Mz/IS
- Ich kann leider nicht teilnehmen, bitte senden Sie mir aber unverbindlich Seminarbeschreibungen zu unten stehenden Themen zu.

1. Name /Vorname

Funktion /Position

E-Mail

2. Name /Vorname

Funktion /Position

E-Mail

Firma

Abteilung

Mitarbeiterzahl:  51-100     201-500     1001-5000  
 1-50     101-200     501-1000     über 5000

Straße /Postfach

PLZ /Ort

Telefon /Telefax

Datum

Unterschrift

Rechnung bitte an:

Abteilung, Name

Straße /Postfach

PLZ /Ort

Ja, wir sind an der unverbindlichen Zusendung von Seminarbeschreibungen zu folgenden Themen interessiert:

- Marketing- und Vertriebscontrolling (MV-MVC)
- Marketing-Konzeption und Marketing-Plan (MV-MP)
- Preisgespräche geschickt führen -  
Abschlusstechniken gekonnt anwenden (VK-PG)
- Vertriebs-Coaching (MV-VC)

# Teilnahmebedingungen

## So melden Sie sich an



per Telefax: 06 11/2 36 00 60

Sollten Sie nebenstehendes Anmeldeformular nicht benutzen, bitte Seminar-Code angeben



per Post: ZWB Forum für Führungskräfte GmbH  
Frau Anja Tiedemann  
Friedrichstraße 16-18  
65185 Wiesbaden



Bei Anmeldung bitte Seminar-Code mit angeben!

per E-Mail: anmeldung@fff-online.com

Bei Anmeldung bitte Seminar-Code mit angeben!

## Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr für das Intensiv-Seminar beträgt € 1.195,- zzgl. Mehrwertsteuer. In der Gebühr sind Tagungsgetränke, Pausenkaffee, Mittagessen sowie eine Dokumentation enthalten. Bei Teilnahme von mehreren Mitarbeitern desselben Unternehmens gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer einen Preisnachlass von 15 % für diesen und jeden weiteren Teilnehmer.

## Rücktrittsgarantie

Bei Stornierung der Anmeldung bis 14 Tage vor dem Seminartermin erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 60,- zzgl. Mehrwertsteuer. Danach bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers wird die Teilnahmegebühr berechnet. Eine Vertretung des gemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich.

Programmänderungen bleiben vorbehalten.

## Zimmerreservierung

Für Teilnehmer an diesem Seminar steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zu Sonderkonditionen zur Verfügung. Setzen Sie sich bitte direkt mit dem Hotel unter Berufung auf die **ZWB Forum für Führungskräfte GmbH** in Verbindung.

## Wir über uns

Die ZWB Forum für Führungskräfte GmbH ist spezialisiert auf die Konzeption und Durchführung praxisbezogener Konferenzen, Fachtagungen und Seminare. Erfahrene Referenten aus Wirtschaft, Handel und Wissenschaft, hochaktuelle Themen sowie eine reibungslose Organisation gewährleisten eine anspruchsvolle Weiterbildung.

## Datenschutz

Ihre Daten werden für die interne Weiterverarbeitung und eigene Werbezwecke von uns unter strikter Einhaltung der Vorschriften des Datenschutzes gespeichert. Mit Nennung von Telefon-/Faxnummer und E-Mail-Adresse geben Sie Ihre Einwilligung, dass wir Sie auch über diese Wege über unser Angebot informieren. Wir geben von Zeit zu Zeit Adressen an verbundene Seminar-Unternehmen weiter, deren Angebot für Sie interessant sein könnte. Wenn Sie mit der beschriebenen Verwendung Ihrer Daten nicht einverstanden sind, teilen Sie uns dies bitte z.B. per E-Mail an datenschutz@fff-online.com mit oder streichen Sie den entsprechenden Satzteil.

