

Markenattraktivität nachhaltig optimieren: Strategien, Vorgehensweisen & Instrumente ganzheitlicher Markenführung

13. & 14. März 2008 beim SF in Zürich

Die Kunst erfolgreicher Markenführung besteht in der Beherrschung des schmalen Grats zwischen Kontinuität und Aktualisierung der Marke. Dabei bildet die Markenpositionierung den Ausgangspunkt, von dem aus der Handlungskorridor für die Marke definiert wird. Die zweitägige Veranstaltung von Eyes & Ears of Europe vermittelt anhand von Beispielen aus der Praxis des Markenmanagements die Grundlagen und Voraussetzungen erfolgreicher Markenführung und zeigt Chancen und Fallstricke, Tops und Flops auf.

Mit einer Fallstudie aus der Beratungspraxis der GMK Markenberatung wird der Prozess ausgehend von der Markenpositionierung über die Entwicklung eines Erscheinungsbildes bis hin zum Briefing von Agenturen dargestellt. Mit Hilfe bewährter Instrumente aus mehr als 10 Jahren Markenberatungs-Praxis erarbeiten die Workshop-Teilnehmer eine Positionierung für einen Fernsehsender, den es heute (noch) nicht gibt.

Die Veranstaltung richtet sich an Entscheider aus den Bereichen Marketing, Promotion, Design und Programm-Management der Sender und Produktionsgesellschaften, sowie an leitende Mitarbeiter aus Agenturen im Medioumfeld, die mehr über Strategien und Techniken der Markenführung erfahren wollen. Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 16 Personen** begrenzt.

Dozenten

Hans Meier-Kortwig, Gründer & Inhaber GMK Markenberatung, Frankfurt/Main

Die Tätigkeitsschwerpunkte von Hans Meier-Kortwig (37) sind ganzheitliche Markenstrategien in der Konsum- und Industriegüterbranche, die Optimierung von Markenportfolios/ Markenarchitekturen sowie die Entwicklung von Steuerungstools für die Markenführung. Zu seinen bisherigen Kunden zählen u.a. BASF, Bauknecht, CMA, Douglas, Deutsche Bahn, Lufthansa Cargo, Mercedes Benz, Merck, Vaillant, Volkswagen, Warsteiner und Whirlpool.

Nach seinem Studium an der Universität zu Köln (Diplom-Kaufmann) und an der London Business School war Hans Meier-Kortwig von 1997 bis 1999 Berater bei d...c brand + design consultants in Frankfurt, von 1999 bis 2001 Executive Director Branding Consumer Goods bei der design.net AG (heute Peter Schmidt Group) in Frankfurt und von 2001 bis 2005 Bereichsleiter Brand Management Consulting bei Marketing Partner in Wiesbaden. 2006 erfolgte die Gründung der GMK Markenberatung in Frankfurt und München. Außerdem ist er Autor zahlreicher Publikationen zu den Themen Design Management und Markenführung.

Ingo Gebhardt, Gründer & Inhaber GMK Markenberatung, Frankfurt/Main

Ingo Gebhardt (37) befasst sich hauptsächlich mit der Entwicklung internationaler Markenprogramme. Dies umfasst die Themenfelder Markenpositionierung, Markenentwicklung, Markenstrategien, Markenmanagement und Diversifikation. Zu seinen bisherigen Kunden zählen u.a. adidas, BMW, BMW Group, Continental, HT Hrvatski Telekom, Loewe, Siemens Mobile Acceleration, T-Mobile, Vaillant, Volkswagen, WINI Büromöbel und die Zagrebacka Banka.

Nach seinem Abschluss als Diplom-Designer an der Fachhochschule Hildesheim und dem Aufbaustudium Designmanagement an der HBK/TU Braunschweig arbeitete Ingo Gebhardt von 1998 bis 1999 als Head of 2D Design bei der CDC Communications Design & Consultancy GmbH in Frankfurt/New York sowie von 1999 bis 2000 als Berater für d...c brand + design consultants in Frankfurt. Von 2000 bis 2005 war er Managing Director bei Interbrand Zintzmeyer & Lux in Köln/München. 2006 erfolgte die Gründung der GMK Markenberatung in Frankfurt und München.

Anmeldeschluss: 7. März 2008

Fragen? Rufen Sie uns an: +49 (221) 60 60 57 10

Donnerstag, 13. März 2008

- 11.00 **Begrüßung**
Alexander Marchet, Leiter On-Air-Promotion
Schweizer Fernsehen, Zürich
Wout Nierhoff,
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
Eyes & Ears of Europe, Köln
- 11.15 **Vorstellung der Teilnehmer**
- 11.30 **"Alles ist Marke und Marke ist alles" –
Grundlagen effizienter Markenführung**
- 13.00 Mittagspause
- 14.00 **Fallstudie: Repositionierung einer Marke I**
Markenleitbild als zentrale Orientierungsgröße
Diskussion
- 15.15 Pause
- 15.30 **Fallstudie: Repositionierung einer Marke II**
Brand Guide als Steuerungsinstrument der
Markenführung
Diskussion
- 16.45 Pause
- 17.00 **Fallstudie: Repositionierung einer Marke III**
Marke erlebbar machen: Der Brand Guide in der
Anwendung
Diskussion
- 18.00 Zusammenfassung
- 18.15 Ende des Veranstaltungstages

Freitag, 14. März 2008

- 09.00 Get together
- 09.30 **Entwicklung einer Marke für einen fiktiven
TV-Sender – Briefing**
- 10.00 **Worksession I – Entwicklung Weltbild &
Rolle der Marke, Markenleitbild (1. Teil)**
- 11.00 Pause
- 11.15 **Worksession I – Entwicklung Weltbild &
Rolle der Marke, Markenleitbild (2. Teil)**
- 12.45 Mittagspause
- 13.45 **Worksession II – Ableitung Heraus-
forderungen & Entwicklung Markenwerte,
Definition Brand Guide (1. Teil)**
- 15.00 Pause
- 15.15 **Worksession II – Ableitung Heraus-
forderungen & Entwicklung Markenwerte,
Definition Brand Guide (2. Teil)**
- 16.00 Zusammenfassung
- 16.30 Seminarauswertung
- 17.00 Ende der Veranstaltung

Teilnahmebedingungen

Bitte senden Sie für Ihre verbindliche Teilnahme die Anmeldeunterlagen bis spätestens 7. März 2008 an:

Eyes & Ears of Europe

Vereinigung für
Design, Promotion und Marketing
der audiovisuellen Medien e.V.

Eyes & Ears Academy

Direktor
Wout Nierhoff
Projektmanagement
Ina Braun
Veranstaltungsorganisation
Lisa Gendziorra

Geschäftsstelle

Tel.: +49 (221) 60 60 57 10
Fax: +49 (221) 60 60 57 11
eMail: academy@eefo.org
Internet: www.eefo.org

Kostenbeitrag

€ 250,- für Eyes & Ears-Mitglieder; € 75,- für Schüler,
Studenten oder Auszubildende, die Mitglieder sind.
€ 1.000,- für Nichtmitglieder; € 150,- für Schüler, Studenten
oder Auszubildende, die keine Mitglieder sind. Der
Tagungsbeitrag muss innerhalb einer Woche nach Erhalt der
Rechnung mit Verrechnungsscheck oder per Überweisung
beglichen werden.

Unterkunft und Verpflegung sind durch den Tagungsbeitrag nicht gedeckt.

Eyes & Ears of Europe e.V.

Sparkasse KölnBonn
BLZ 370 501 98
Konto 101 308 2688

Ihre Anmeldung ist verbindlich

Sagen Sie nach Ihrer Anmeldung die Teilnahme an der Veranstaltung ab, behalten wir uns vor, eine Ausfallgebühr zu erheben. Bei Absage innerhalb der letzten 8 Tage vor Veranstaltungsbeginn müssen wir den gesamten Tagungsbeitrag einbehalten bzw. einfordern. In jedem Fall können Sie jedoch eine(n) Ersatzteilnehmer(in) nominieren. Ermäßigte Kostenbeiträge können Ersatzteilnehmer(innen) jedoch nur bei eigener Mitgliedschaft beanspruchen.

Programmänderungen behält sich die Studienleitung vor.

So kommen Sie zur Veranstaltung

Mit dem ÖPNV

Vom Flughafen Kloten nehmen Sie den Bus Nr. 781 in Richtung Zürich/Bahnhof Oerlikon bis zur Haltestelle 'Fernsehstudio/WTC'. Oder fahren Sie mit der S-Bahn-Linie 2 bis Bahnhof Oerlikon und steigen dort in Bus Nr. 781 oder 788 und fahren bis zur Haltestelle 'Fernsehstudio/WTC'.

Vom Hauptbahnhof Zürich nehmen Sie die SBB oder S-Bahn-Linie Nr. 11 bis Bahnhof Oerlikon und steigen dort um in Bus Nr. 781 oder 788 und fahren bis Haltestelle 'Fernsehstudio/WTC'.

Mit dem PKW

Fahren Sie die A1 bis zur Anschlussstelle Zürich-Seebach. Von dort fahren Sie in Richtung Zürich weiter auf die Birchstraße. Fahren Sie nach ca. 1 km rechts auf die Glattalstraße, dann über die Schaffhauser- auf die Schärenmoosstraße bis zur Fernsehstraße. Achten Sie ab der Autobahnabfahrt auch auf das Zeichen 'Z' im Kreis. Folgen Sie ihm, der Veranstaltungsort liegt ganz in der Nähe. Später führt Sie der Wegweiser 'SF/TPC Besucher' zum Veranstaltungsort.

Veranstaltungsort

Schweizer Fernsehen
Fernsehstr. 1-4
CH-8052 Zürich