

# Markenattraktivität nachhaltig steigern: Strategien, Vorgehensweisen & Instrumente ganzheitlicher Markenführung 29. & 30. November 2007 in München

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 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 Gründung der GMK Markenberatung in Frankfurt und München.

**Anmeldeschluss: 23. November 2007**

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

## Donnerstag, 29. November 2007

- 11.00 **Begrüßung**  
Malte Hildebrandt, Bereichsleitung Marketing  
ProSieben Television, München  
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, 30. November 2007

- 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 23. November 2007 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@eefofe.org](mailto:academy@eefofe.org)  
Internet: [www.eefofe.org](http://www.eefofe.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 München fahren  
Sie mit der S-Bahnlinie 8 in  
Richtung München bis zur Station  
Unterföhring.

Vom Hauptbahnhof München  
fahren Sie mit der S-Bahnlinie 8 in  
Richtung Flughafen bis zur  
Station Unterföhring.

### Mit dem PKW

Fahren Sie die A9 bis zum AB-  
Kreuz München Nord in Richtung  
München. Nehmen Sie die  
Ausfahrt München Frankfurter  
Ring/Föhringer Ring. Auf dem  
Föhringer Ring fahren Sie bis zur  
Abfahrt Unterföhring. An der  
Ampel biegen Sie links in die  
Münchener Straße. Am  
„Gewerbepark Fernsehen“ biegen  
Sie rechts ab in die  
Mitterfeldallee. Am Kreisverkehr  
biegen Sie links ab in die  
Dieselstraße und fahren bis zur  
Medienallee.

### Veranstaltungsort

ProSieben Television  
Medienallee 7  
D-85774 Unterföhring